

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (2nd ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Diserta Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (2nd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurudin. (2019). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: WADE Group.
- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: dengan Pendekatan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Akbar, F., & Ginting, R. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Penggunaan Instagram @medantalk terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Somasi: Sosial Humaniora Komunikasi*, 1(2), 200–207. <https://doi.org/10.53695/js.v1i2.109>
- Arimiawati, I., & Astuti, V. F. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @djplkemenhub151 sebagai Sarana Penyebaran Informasi Publik. *Jurnal Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan*, 6(2), 48–65.
- Khan, M. L. (2017). *Social Media Engagement: What Motivates User Participation and Consumption on YouTube?* 66, 236–247. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial dalam Mempererat Interaksi antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1–13. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>

- Marfuah, A. F., & Dewi, A. O. P. (2024). Pemanfaatan Aplikasi HATI (Hayat Al-Arabiyyah Tafa'uliyah Iliktruniyyah) dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Studi Bahasa dan Sastra Arab UIN Malang. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 8(3), 397–408. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/anuva.8.3.397-408>
- Oktivera, E., Wirawan, F. W., & Jaya, A. S. (2024). Pemilihan Media Sosial dalam Pemenuhan Informasi Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Audiens*, 5(1), 127–139. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.347>
- Özkoçak, L., & Tuna, Y. (2025). Examining “replacement” Attitudes in the Context of *Uses and Gratifications* during the 8-day Instagram Inaccessibility Period in Turkey. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 15(3), 1–21. <https://doi.org/10.30935/ojcm/16526>
- Putri, K. A., & Deslia, I. F. (2024). Efektivitas Akun Instagram @pmb_uad dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa Baru UAD. *Syntax Idea*, 6(9), 3944–3952. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i9.4452>
- Sitompul, P., Mahmudah, D., & Damanik, M. P. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial dan Pemenuhan Informasi di Kalangan Angkatan Kerja Muda pada Masa Pandemi Covid-19*. 25(2), 203–222. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4399>
- Situmorang, G. B., & Sujarwadi, B. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @indonesiainbangkok terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Saber: Jurnal Teknik Informatika, Sains, dan Ilmu Komunikasi*, 2(4), 429–444. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i4.1921>
- Sofian, & Yulawati, E. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram @Kemenparekraf.ri terhadap Tingkat Pemahaman Isi Pesan dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(2), 129–138. <https://doi.org/10.24167/jkm.v2i2.4721>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syifa, S., & Setiawan, E. (2023). Pengaruh Promosi Produk Halal terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal Perspectives in Communication*, 1(1), 12–18. <https://journal.sbpublisher.com/index.php/person>
- Wulandari, D., Maliki, F. Al, & Pamungkas, M. R. (2022). Pengaruh Penggunaan LPM MATA terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 2(3), 390–395. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.403>
- Website**
- Digital 2025: The Essential Guide to the Global State of Digital*. (2025). We Are Social. Diakses pada 18 Mei 2025, dari <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Ditjen Hubla Kumpulan SMRT Se-Indonesia, Komitmen Hadapi Tantangan Era Globalisasi dengan Memperkuat Humas Pemerintah di Media Sosial. (2023). Disnav Benoa. Diakses pada 21 Mei 2025, dari <https://disnavbenoa.id/2023/06/20/ditjen-hubla-kumpulan-smrt-se-indonesia-komitmen-hadapi-tantangan-era-globalisasi-dengan-memperkuat-humas-pemerintah-di-media-sosial/>

- Social Blade Bakamla RI.* (2026). Social Blade. Diakses pada 5 Februari 2026, dari https://socialblade.com/Instagram/user/bakamla_ri?redirect=/Instagram/user/bakamla_ri
- Social Blade Direktorat Jenderal Perhubungan Darat.* (2026). Social Blade. Diakses pada 5 Februari 2026, dari https://socialblade.com/Instagram/user/ditjen_hubdat
- Social Blade Ditjen Perhubungan Laut.* (2026). Social Blade. Diakses pada 5 Februari 2026, dari <https://socialblade.com/Instagram/user/djplkemenhub151>
- Social Blade Ditjen Perhubungan Udara RI.* (2025). Social Blade. Diakses pada 5 Februari 2026, dari https://socialblade.com/Instagram/user/djpu_151
- Social Blade Ditjen Perkeretaapian.* (2025). Social Blade. Diakses pada 5 Februari 2026, dari <https://socialblade.com/Instagram/user/ditjenperkeretaapian>
- Tasim, C. (2023). *Cara Menghitung Engagement Rate Instagram.* Toffeedev. Diakses pada 19 Mei 2025, dari <https://toffee.dev.com/blog/seo/menghitung-engagement-rate-Instagram/>

