

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, N. S. (2014). Kepemimpinan dan Profesionalisme Karyawan, Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. In *Etheses of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University*.
- Aldina, W. (2022). *Pemanfaatan Twitter Oleh Akun@UJunami Sebagai Platform Edukasi Tentang Karya Tulis Ilmiah*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Alif, M., Septiana, N., & Bahriyah, E. N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Petani di Lahan Rawa Pasang Surut Desa Sungai Kambat. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(01), 51.
- Annur, C. M. (2023). Pengguna Twitter di Indonesia Capai 24 Juta hingga Awal 2023, Peringkat Berapa di Dunia ? In *Katadata*.
- Antonio, Y. (2022). *Pemanfaatan Konten Valorant Melalui Akun Tiktok @leaprisillaa Dalam Membangun Brand Awareness Big Gaming.id*. Universitas Buddhi Dharma.
- Bayu, P. A. (2019). Analisis Faktor Layak Berita Pada Surat Kabar Harian Oku Selatan. In *Repository UIN Raden Fatah Palembang*.
- Belkin, N. J. (1978). Information Concepts For Information Science. *Journal of Documentation*, 34(1), 55–85.
- Desthania, F. (2022). Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram @UJunami Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Balikpapan. In *DSpace Repository*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Dian, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 3, 1–25.
- Gill, P., & Fisher, J. (2023). *What Is X (Formerly Twitter)?*
- Gustiandar, M. (2019). *Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa , (Jakarta: PT.Radja Grafindo Persada), h.4. 31. 31.*

- Hernawati. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat. *Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan*.
- Imran, H. A. (2013). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 47–48. <https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160103>
- Iqbal, M. (2022). Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, dan Etika Membuat Konten (2022). In *Lindungihutan* (p. 1).
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. 2021. (2021). Karunia H, Hans Ashri, Nauvaliana Irwansyah, Irwansyah 2021. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 121. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., & Lubis, R. A. (2022). *Komunikasi massa*. 11(1), 2–3.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication: Twelfth Edition*. Waveland Press.
- Nindariati, L. (2019). Uses and gratifications. In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research, Third Edition*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Nurwahidah Jafar, R. A., Hadawiah, H., & Zelfia, Z. (2022). Pengaruh Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Di Makassar. In *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* (Vol. 2, Issue 3, p. 13). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i3.48>.

- Paramita, R. W. D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen. In *Widya Gama Press*.
- Poerwadarminta, W. J. S. (2003). *Kamus umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Pranata UB, I. K. (2023). *Pengaruh Penggunaan Akun Twitter@AREAJULID Terhadap Sikap Pengguna Twitter Terkait Kasus Rachel Vennya (Studi Pada Followers@AREAJULID)*.
- Pratama, R. B. (2019). Realisasi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Yang Dipengaruhi Oleh Pencairan Tunggakan Pajak Atas Penagihan Pajak Dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying Tahun 2014- 2017). In *Elibrary Unikom*.
- Purnama, R. (2021). Model Perilaku Pencarian Informasi (Analisis teori Perilaku Pencarian Informasi Menurut David Ellis). *Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 10.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcpoldametro” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1), 21.
- Putra, Y. M. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @Ta_Fe). *E-Proceeding of Management*, 2(1), 148–155.
- Putri, A. E. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram @jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @jktinfo). In *Repository UPN Veteran Jakarta*.
- Qotrun, A. (2023). Hipotesis Penelitian: Pengertian, Jenis, dan Cara Penyusunannya. In *Gramedia Blog*.
- Rahayu, S. P. (2021). Pengaruh Karakteristik Individu Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Angkasa Pura Di Bandar Udara Yogyakarta Internasional Airport. In *Repository STTKD*.
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.29-42>.

- Rubiyati, Asrori, M., & Wicaksono, L. (2018). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Kreativitas Belajar Pada Remaja Kelas VII. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 7(5), 1–8.
- Rufaidha, N. F., & Irhandayaningsih, A. (2022). Perilaku Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro dalam Pemanfaatan Fitur Trending Topic Twitter Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 6(4), 493–504. <https://doi.org/10.14710/anuva.6.4.493-504>
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 208.
- Sari, N. P., & Rina, N. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram@LAAKFKB Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir FKB. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 470–474.
- Septian, I. P. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Akun @Tangerangfood.id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner Followers. In *Jurnal Universitas Esa Unggul*. Universitas Esa Unggul.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(2), 1.
- Setiawati, T., & Krisnawati, M. (2023). Pengaruh Pemanfaatan TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. *Beauty and Beauty Health Education*, 12(1), 11. <https://doi.org/10.15294/bbhe.v12i1.63108>
- Setyowati, W. (2023). Pengaruh Daya Tarik Content Creator Jerome Polin di Youtube Terhadap Minat Belajar Pengguna Autbase @collegemenfess di Twitter. In *Repository Universitas Esa Unggul*.
- Sugiyono, D. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suherdiana, D. (2015). Konsep Dasar Semiotika dalam Komunikasi Massa menurut Charles Sanders Peirce. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(12), 373–374. <https://doi.org/10.15575/jid.v4i12.399>.

- Sulaiman, S. (2018). Paradigma dalam Penelitian Hukum. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 20(2), 255–272. <https://doi.org/10.24815/kanun.v20i2.10076>
- Sumartono, K. (2015). Pola Perilaku Penemuan Informasi (Information Seeking Behaviour) Mengenai Politik Kampus di Kalangan Anggota Organisasi Mahasiswa Ekstra Kampus di Universitas Airlangga. *Journal Unair*, 4(1), 60–78.
- Taslaud, G. (2023). Indonesia Social Media Statistics 2023 | Most Popular Platforms – The Global Statistics. In *Insg*.
- Twitter.com. (2021). Pertanyaan Umum Pengguna Baru. In *Help.Twitter.Com*.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wibowo, P. T. J. (2021). Apa Itu Uses and Gratification Theory? In *Wartaekonomi.Co.Id* (p. 1).
- Wijaya, F. R. (2023). Pengaruh Akun Twitter @schfess Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Siswa. *Universitas Terbuka, February*, 3.
- Yulie, S. D. (2021). Strategi Sosial Media Marketing untuk Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Sociolla). In *Knowledge Center. An Institutional Repository by Universitas Multimedia Nusantara*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102. <https://doi.org/10.31764/jail.v1i2.235>.