

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Davis, G. B. (2013). *Sistem Informasi Manajemen 2, Edisi Revisi*. Jakarta: PPM.
- Djumiarti, T. (2008). *Buku Ajar Sistem Informasi Manajemen*. Semarang: Undip Press.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, M. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Akun Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Jemadu, L., & Prastya, D. (2022). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. Diakses pada 15 Juni 2022, dari suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022
- Joyner, J. (2015). *Instagram for Beginners: Learn the Basics of Instagram, Get More Likes, Attract New Followers Guide*. United States of America: Mihails Konoplovs.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Laili, A., Rahmawati, G. D., & Dzalila, L. (2021). Efektivitas Akun Instagram @Jakpostimages dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 100-108.
- Latihar, H. (2018). Analisa Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Difabel UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *Jurnal Libraria*, Vol. 6, No. 2, 240.
- Lipschultz, J. H. (2018). *Social Media Communication* (2nd ed). New York: Routledge.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Mediaindonesia.com. (2022). *Folkative Sajikan Info Seputar Karya Anak Muda*. Diakses pada 3 November 2022, dari mediaindonesia.com/humaniora/516929/folkative-sajikan-info-seputar-karya-anak-muda
- Miles, J. G. (2019). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. New York: McGraw-Hill Education.
- MLDSPOT. (2018). *Ngomongin Bisnis Media bareng Kenneth William*. Diakses pada 3 November 2022, dari mldspot.com/inspiring-people/ngomongin-bisnis-media-bareng-kenneth-william
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neher, K. (2014). *Visual Social Marketing for Dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Perdana, C., Rizal, E., & Khadijah, U. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi *Followers*.
- Permana, I. H., & Sutedja, I. M. (2021). Analisa Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.2, No.4, 1195.
- Riduwan. (2014). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rubin, R. E. (2010). *Foundation of Library and Information Science*. New York: Neal-Schuman.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.