

DAFTAR PUSTAKA

- Andiny, N. D., Nurhayati, I. K., & Rahmasari, G. (2018). Efektivitas Akun Instagram @1000_guru_bdg dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *PROfesi Humas*, 3(1), 81–101. <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/12033/8573>
- Andreas, K. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. 53(1), 59–68.
- Anugrahwisesa, A., & Rina, N. (2019). *Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung*. <https://core.ac.uk/download/pdf/299935460.pdf>
- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, F. N. (2015). Efektivitas Akun Instagram @filmnasional dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Effectiveness Instagram Account @filmnasional on Fulfillment of Information Needs Followers). *E-Proceeding of Management*, 2(3), 3971–3976. <https://core.ac.uk/download/pdf/299904275.pdf>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.

- BH, A. (2010). *Dia Memilih Jalan Mendaki*. Kompas.Com.
<https://nasional.kompas.com/read/2010/11/29/09245394/twitter.com?page=al>
1
- Bungin, B. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial)* (Edisi 2). Kencana.
- Dahono, Y. (2021). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Berita Satu.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>
- Damaiyanti, C., & Fatmawati, E. (2015). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Nonkaryawan di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 3(1), 35–48.
<https://media.neliti.com/media/publications/103656-ID-pemenuhan-kebutuhan-informasi-pemustaka.pdf>
- Daryanto, & Raharjo, M. (2016). *Teori Komunikasi* (Edisi 1). Gava Media.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Karisma Publishing Group.
- Durianto, D., Sugiarto, Widjaja, A. W., & Supratikno, H. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. UMM Press.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Pnamedia Grup.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi* (edisi 9). Salemba Humanika.
- Media, S. S. (n.d.). *Visi dan Misi Suara Surabaya*. Retrieved November 6, 2020, from <https://www.suarasurabaya.net/about/>
- Moerdijati, S. (2016). *Buku Ajar: Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Revka Petra Media.
- Mondry, & Sikumbang, R. (2016). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik* (Edisi 2). Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana.
- Raharjo, S. (2019). *Cara Uji Reliabilitas Split-half Spearman Brown dengan SPSS Lengkap*. <https://www.spssindonesia.com/2019/04/uji-reliabilitas-split-half-dengan-spss.html>
- Sendjaja, S. D. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.
- Sudarma, R. (2011). *Pengembangan Media Online oleh Institusi Media*.

Universitas Airlangga.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

Winarso, B. (2015). *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?*

Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>