

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan media sosial modern*. Bening Media Publishing.
- Akin, M. S. (2023). Communication With the Social Environment in Multiplayer Online Games. *International Journal of Game-Based Learning*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.4018/IJGBL.330755>
- Ardianto, E., & Erdinaya, L. K. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Atussoliha, M. (2024). *Pengaruh Terpaan Konten Dan Kualitas Konten Media Sosial Pada Akun Instagram @visitbelitung terhadap Keputusan Memilih Destinasi Wisata di Pulau Belitung*. KH Budhi.
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen Tiktok di akun@Nazwaadinda_02 Terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *Prologia*, 6(2), 304–311.
- Aulia, N. S. (2023). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediasi* [STIE Malangkececwara]. <https://repository.stie-mce.ac.id>
- Bagaskoro, P., & Triyono, A. (2024). Gaya Komunikasi Influencer Game Mobile Legend Pada Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(1), 1–16.
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2017). Social media addiction: What is the role of content in YouTube? *Journal of Behavioral Addictions*, 6(3), 364–377.
- Budhi, K. H., & Pratiwi, A. (2021). Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram@Rintiksedu Terhadap Minat Mendengarkan Podcast Rintik Sedu. *The Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 54–59.
- Budzinski, O., Gaenssle, S., & Lindstädt-Dreusicke, N. (2021). The battle of YouTube, TV and Netflix: an empirical analysis of competition in audiovisual media markets. *SN Business & Economics*, 1(9), 116. <https://doi.org/10.1007/s43546-021-00122-0>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Syilvia, D., & Adnyana, I. Ma. D. M. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*.
- Fauzi, A. Al, Nugroho, A. S., & Rangga, Y. D. (2025). Pengaruh Konten Gaming Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Generasi Z Diwilayah Sleman Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 2(3), 715–721.
- Fawziati, T. M. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Publikasi Digital Di Smp Bina Anak Sholeh Kabupaten Tuban*. Institut Agama Islam Negeri Kediri.

- Gao, Y. (Blanche), & Gee, E. R. (2023). Defining Game-Mediated Second and Foreign Language Teaching and Learning. *International Journal of Game-Based Learning*, 13(1), 1–15. <https://doi.org/10.4018/IJGBL.323210>
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., PS, T. E. A., Djaya, T. R., Ayu, A. S., & Effendy, F. (2021). *Etika komunikasi dalam media sosial: Saring sebelum sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Hidayah, F., Panjaitan, B. S., & Harianto, F. (2021). Brand image game Mobile Legends terhadap minat bermain. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 61–71.
- Irawati, R. (2022). *Pengaruh Content Marketing Melalui Instagram terhadap Brand Image Netflix di Jakarta Utara/Riana Irawati/25190500/Pembimbing: Tony Sitinjak*.
- Khasanah, B. (2024). *Strategi Komunikasi Dakwah Ummu Alila Melalui Akun Media Sosial (Studi Tentang Akun Instagram @hijabalila)*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Laily, N. H. (2021). *Pengembangan Media Video Animasi Dan Media Interaktif Berbasis Ispring Untuk Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Pada Pembelajaran Fiqih Kelas Viii Mts Miftahul Afkar Selotopeng*. Institut Agama Islam Negeri Kediri.
- Lestari, A., & Fatmawati, F. (2021). Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger di Situs Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(2), 179–198.
- Mahendra, A. O., & Dananjaya, I. (2024). Pengaruh Terpaan, Efektivitas dan Kualitas Konten terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Pada Youtube Windah Basudara. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 96–108.
- Nastiti, D., & Laili, N. (2020). Buku ajar asesmen minat dan bakat teori dan aplikasinya. *Umsida Press*, 1–106.
- Pamungkas, Y. P. J. (2023). Pengaruh Terpaan Channel Youtube Oura Gaming Terhadap Perilaku Imitasi Bermain Game Mobile Legend. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(10), 2238–2253.
- Prayogo, A. (2019). *Pengaruh Minat Bermain Game Mobile Legends Terhadap Kemampuan Problem Solving Siswa Kelas Viii Di Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah 3 Purwokerto Tahun Pelajaran 201* [Institut Agama Islam Negeri Purwokerto]. <https://repository.uinsaizu.ac.id/5675/2/SKRIPSI%20FULL%20ARIF.pdf>
- Purwanto, E. (2020). *Hubungan Intensitas Bermain Game Online dengan Perilaku Agresif pada Remaja* [Universitas Semarang]. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/F11A/2016/F.131.16.0074/F.131.16.0074-15-File-Komplit-20200916083537.pdf>

- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh dan Analisis Statistik: Cetakan Ke 16*.
- Rapingah, N. S., Sugiarto, M., Pt, S., Totok Haryanto, S. E., Nurmalasari, N., Gaffar, M. I., SE, M. A., & Alfalisyanto, S. E. (2022). *Buku ajar metode penelitian*. Feniks Muda Sejahtera.
- Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan youtube sebagai media baru dalam komunikasi massa. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02).
- Saifulloh, M., & Hariyanto, D. (2024). Youtube Media Komunikasi dan Bisnis Milenial. *Intelektualitas Jurnal Penelitian Lintas Keilmuan*, 1(2), 46–53.
- Satria, R. A., & Suharyono, S. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Aktif Akun Instagram Vans Indonesia Yang Menggunakan Sepatu Merek Vans). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 50(2).
- Sutopo, A. H. (2020). *Pengembangan Educational Game*. Topazart.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding social media*. Bookboon.
- Tramarendito, H. P. (2024). *Pengaruh Terpaan Media pada Program Vindes Sport di Kanal Youtube Vindes Terhadap Minat Berolahraga Subscribers Youtube Vindes*. Universitas Atma Jaya.
- Trisnani, R. P., & Wardani, S. Y. (2018). *STOP KECANDUAN GAME ONLINE Mengenal Dampak Ketergantungan pada Game Online serta Cara Mengurangnya*. Unipma Press.
- Viranti, D. N. (2021). *Pengaruh Pemasaran Konten Hiburan TikTok Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi TikTok: Studi Muslim Generasi Z [UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA]*.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/32710/17311114%20Dinda%20Nuur%20Viranti.pdf?sequence=1>
- Widjanarko, P., Alfiah, J., Ariestyani, K., Yusuf, K., Sudarmanti, R., Wahyuti, T., Utami, A. B., Purbaningrum, D., & Hutapea, E. B. (2023). *Ragam Nuansa Literasi Media*. PT Rekacipta Proxy Media.
- Wiklestari, I., & Kusumaningtyas, S. D. (2023). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram pada Akun @explorebogor Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Destinasi Wisata Bogor. *BroadComm*, 5(1), 65–73.
<https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i1.251>