

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, T. (2018). Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis E-Learning Studi Persepsi Dan Harapan Dosen Dan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(1), 107–114.
- Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 217–221.
- Fahmi, D. (2020). *Persepsi: Bagaimana Sejatinya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita*. Anak Hebat Indonesia.
- Galura, R. (2013). Konvergensi media online. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2012). Social media: back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104.
- Morissan, M. (2015). Teori komunikasi individu hingga massa. *Jakarta: Prenadamedia Group*.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan riset khalayak media*. Jakarta: Prenada Media.
- Nurudin, N. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish.

- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Qudratullah, Q. (2016). Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 17(2), 41–46.
- Rahma, A. N. (2018). Pengaruh intensitas mengakses instagram terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMA muhammadiyah 1 kota magelang. *Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga*.
- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh dan Analisis Statistik: Cetakan Ke 16*.
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori agenda setting dalam ilmu komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 4(1), 32–41.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Solomon, M. R. (2010). *Consumer behaviour: A European perspective*. Pearson education.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tama, N. A., Murdiningrum, S., & Rahayu, S. (2022). Strategi Komunikasi Interpersonal Media Instagram@ Dinkesdki Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*, 8(1), 79–86.

Yurikasari, D. (2020). Konten Youtube Tasya Farasya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Fisip Universitas Mulawarman. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 12(2), 83–93.