

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- A, R. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Jurnal Global Komunika*. 1(1). 18-28
- Albarran, A. B. (2013). *The Social Media Industries*. New York: Routledge.
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astriani, R., & Nanda, S. E. (2022). The Effect Of Using Instagram Social Media On Followers' Information Requirements In Following Accounts @Folkative. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*. 1(1), 01-09
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Dewan Teknologi dan Komunikasi Nasional. (2022). WANTIKNAS. Retrieved from wantiknas.go.id: Diakses dari <http://www.wantiknas.go.id/id/berita/akses-digital-meningkat-selama-pademi>
- Efendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Flew, T. (2008). *New Media*. Oxford University Press.
- Hamidi. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?". *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*. 10(1), 12-28.
- Herring, S. C. (1996). *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam: J Benjamins.
- Kompasiana. (2021). *Kompasiana*. Retrieved from kompasiana.com: Diakses dari <https://www.kompasiana.com/devirianiaticasari/61a707b5259d5c38331e8fa3/3-rahasia-di-balik-suksesnya-instagram-folkative>

- Mcquail, D. (1987). *Mass Communication Theory*. Jakarta: Erlangga.
- Media Indonesia. (2022). *Media Indonesia*. Retrieved from [mediaindonesia.com](https://m.mediaindonesia.com/humaniora/516929/folkative-sajikan-info-seputar-karya-anak-muda): Diakses dari <https://m.mediaindonesia.com/humaniora/516929/folkative-sajikan-info-seputar-karya-anak-muda>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Muntu, S. A., Tangkudung, J. P., & Lotulung, L. J. (2021). Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*. 3(4), 2685-6999. 01-07
- Nanda. S. (2022). *Mengenal Gen Z, Generasi yang Dianggap Manja*. Brain Academy. Retrieved from [mediaindonesia.com](https://m.mediaindonesia.com/humaniora/516929/folkative-sajikan-info-seputar-karya-anak-muda): Diakses dari <https://m.mediaindonesia.com/humaniora/516929/folkative-sajikan-info-seputar-karya-anak-muda>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningrum, D. J., Suryadi, S., & Wardhana, D. E. (2019). Kajian Ujaran Kebencian di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah KORPUS*. 2(3), 241-252
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Oetomo, B. S. (2002). *Konsep, Teknologi dan Aplikasi Internet Pendidikan*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Poerwandari, E. K. (1998). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Prajarto, N. (2018). Netizen dan Infotainment Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambeh_turah. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*. 15(1), 33-46.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didaché: Journal of Christian Education*. 2(1). 1-16
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Thecnology: The New Media in Society*. London: The Free Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.\

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tuten , T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social Media Marketing: 2nd Edition*. London: SAGE Publication Ltd.

Widjajanto, E., & Natalia, W. K. (2021). Pengaruh Intensitas Mengakses Berita HOAX di Instagram dan di Facebook Terkait COVID-19 Terhadap Disinformasi di Masyarakat. *Jurnal Al-Tsiqoh*. 6(1), 2502-8294

Wood, A. F., & Smith, M. J. (2005). *Online Communication: Linking. Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Wright, K. B., & Webb, L. M. (2011). *Computer-Mediated Communication In Personal Relationship*. New York: Peter Lang Publishing.

