

## DAFTAR PUSTAKA

- Digital 2022 Global Overview*. (2022, January). Retrieved from We Are Social dan Hootsuite: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022/>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PROfesi Humas*, 43.
- DataReportal*. (2023, FEBRUARY 9). Retrieved from DIGITAL 2023: INDONESIA: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Derr, R. L. (1983). A conceptual analysis of information need. *Information Processing and Management* 19 (5), p. 273-278.
- Digital 2023 Global Overview*. (n.d.). Retrieved from We Are Social dan Hootsuite: <https://wearesocial.com/digital-2023>
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Faslah, R. (2016). MODEL OF THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN IMPROVING. *Jurnal Ilmiah Econosains*, 3.
- Fatmawati, E. (2015). KEBUTUHAN INFORMASI PEMUSTAKA DALAM TEORI DAN PRAKTEK.
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Guha. (1978). *Documentation and Information*. Calcutta: The World Press Private.
- Humaizi. (2018). *Uses and gratifications theory*. Medan: USU Press.
- Imilia, Z. (2020). PENGARUH VARIASI PRODUK KULINER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA LOKASI KAKI 5 DI JALAN PERNIAGAAN MEDAN. *Jurnal Bisnis Corporate :Vol. 5 No. 2*.
- Kerlinger, F. N., Simatupang, L. R., & Koesoemanto, H. (1996). *Asas-asas penelitian behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lidara, A. W. (2022). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @INFOPKU\_ SEBAGAI MEDIA INFORMASI ONLINE KOTA PEKANBARU. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.

- Mardianti, P., Supratman, L. P., & Rina, N. (2019). KOMUNIKASI INTERPERSONAL PASANGAN TA'ARUF ONLINE DATING DI RUMAHTAARUF.COM. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication* 9(1), 54–63.
- Morissan. (2018). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Murray, I. (2011). *Culinary Tourism: Segment or Figment*.
- NapoleonCat. (2021). Retrieved from Instagram users in Indonesia: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/12/>
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., & Putri, B. P. (2019). FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM). *Jurnal Sosioteknologi*.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Oktarina, Y., Abdullah, Y., & Sanyoto, Y. W. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Ottenbacher, M., & Harrington, R. (2013). Managing the Culinary Innovation Process: The Case of New Product Development. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11:4–18, 2013.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). PEMANFAATAN “TWITTER TMCPOLODAMETRO” DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI PARA PENGGUNA JALAN RAYA. *JURNAL KAJIAN INFORMASI & PERPUSTAKAAN*.
- Putranto, F. S., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Efektivitas Akun Instagram @bogoreatery terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konsumen Wisata Kuliner di Bogor. *Koneksi Vol. 6,(1)*, 211-217.
- Riduwan. (2008). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian (Untuk Guru, Karyawan Dan Peneliti Pemula)*. Bandung: Alfabeta.
- Rohimah, A., Sugihartati, R., Isnaini, S., & Hakim, L. (2021). Virtual Communication: Muslim Foodgram Participation. *Jurnal Komunikasi*.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

- Siyato, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2005). *Human communication*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP. *JURNAL LONTAR VOL. 6*, 43.

