DAFTAR PUSTAKA

Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, *8*(2), 103–116.

Aisya, L., Purwandari, D. A., & Kurniawan, N. (2024). Persepsi Followers Terhadap Akun Instagram @infotije dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Transjakarta. *Merkurius: Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, *2*(4), 110–121.

Aprilia, M. P. (2020). Pencarian Informasi oleh Foodie pada Foto Makanan di Instagram. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, *2*(1), 56–66.

Apriliani, R. (2024). *Gaya Komunikasi Food Vlogger Codeblu di Akun Tiktok @codebluuu*. UPN Veteran Jakarta.

Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital* (Cetakan I). Penerbit Lakeisha.

Berliana, R. I. (2021). Persepsi Mahasiswa Terhadap Akun Instagram Jokowi dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung). In *Skripsi*. UIN Raden Intan Lampung.

Cahyati, M., Abidin, Z. Z., Taufiqurahmah, I., Nurmasari, D., & Bharoto, A. K. (2023). *Panduan Dasar dan Strategis Komunikasi Pasien Tuli dan Disabilitas Pendengaran Pada Kedokteran Gigi Klinis* (Cetakan I). UB Press.

Darlene, A. (2024). *Persepsi Mahasiswa Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif Universitas Kristen Petra Tentang Citra Orang Tiongkok Melalui Kanal "Shanty di China."* Universitas Kristen Petra.

Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi* (Cetakan I). Penerbit Gunung Samudera.

Dewi, R. D. L. P., Lede, Y. U., Mantu, A. A., Mantu, P. I., Sutresna, A., Amalin, K., & Anggraeni, D. (2024). *Buku Ajar: Cyber Public Relations* (Cetakan I). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Fahmi, D. (2021). *Persepsi: Bagaimana Sejatinya Persepsi Memebentuk Konstruksi Berpikir Kita*. Penerbit Anak Hebat Indonesia.

Faladhin, J. (2024). Food Vlogger vs. e-WoM: Preferensi Kepercayaan Konsumen dalam Memilih Tempat Makan di Pekanbaru. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(3), 205–225.

GoodStats. (2024, November 15). Intip Tren Kuliner Anak Muda Indonesia: Hobi Jajan Namun Tetap Hemat. *GoodStats*. https://goodstats.id/article/intip-tren-kuliner-anak-muda-yang-hobi-jajan-namun-tetap-hemat-mmp99

Gunawan, R. (2018). *Pola Penggunaan Media Sosial dengan Resiko Viktimisasi* (Cetakan I). Wade Group.

Hartiningtyas, A. J., & Iflah. (2024). Persepsi Followers Terhadap Konten TikTok

resep_inspirasi_debm. *KOMUNIKASI: Jurnal Komunikasi*, *14*(2), 192–202.

Hasan, N. F., Wati, V., Sapulette, S. G., Supadmini, S., Wartono, Limba, F. enony, Isfaatun, E., Purwanto, Tarigan, W. J., & Suparman, A. (2021). *Dasar Analisa Perancangan Sistem Informasi* (Cetakan I). Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.

Helpiastuti, S. B., Fitriani, Haryati, T., Sasongko, R. W., Irwanto, Rumahlewang, E., Susanto, H., Widnyani, I. A. P. S., Girindra, I. A. G., Enas, U., & Simalago, E. M. (2025). *Dasar-dasar Penelitian Administrasi (Teknik dan Pendekatan Metodologis)* (Cetakan I). Widina Media Utama.

Hipwee. (2019, October). 5 Perbedaan Video Review Makanan Zaman Dulu dan Sekarang. Mana yang Paling Menarik Perhatian? *Hipwee*. https://www.hipwee.com/list/perbedaan-video-review-makanan-dulu-dan-sekarang/

Ide, P. (2013). *Menyeimbangkan Otak Kiri dan Otak Kanan: Whole Brain Training Menyeimbangkan Kemampuan Otak Kiri dan Otak Kanan agar Bisa Berpikir Lebih Optimal*. PT Elex Media Komputindo.

Ipsos. (2025, January). Press Release - Kepercayaan Publik Terhadap Profesi di Indonesia: Potensi Besar untuk Perubahan Positif Terungkap dalam Ipsos Global Trustworthiness Index 2024. *IPSOS*. https://www.ipsos.com/en-id/press-release-kepercayaan-publik-terhadap-profesi-di-indonesia-potensi-besar-untuk-perubahan

Kemp, S. (2025, March 12). Pengguna Tiktok, Statistik, Data & Tren Untuk Tahun 2025. *DATAREPORTAL*. https://datareportal-com.translate.goog/essential-tiktok-stats?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Berfokus secara khusus pada “sepuluh,108 juta pengguna TikTok aktif

KOL.ID. (2025, February 21). 10 Food Vlogger Paling Populer di Indonesia. *KOL.ID*. https://kol.id/blog/10-food-vlogger-paling-populer-di-indonesia

Kumara, A. R. (2019). *Buku Ajar: Komunikasi Antar Pribadi*. Universitas Ahmad Dahlan.

Listiyani, F., Haque, M. G., & Nurochani, N. (2023). Pengaruh Content dan Review Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Membeli Makanan Halal Gen Z: Studi di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, *5*(3), 494–505.

Mainun, M. D. ’Allam. (2022). *Persepsi Followers @ngertisaham Terhadap Akun Instagram Ngertisaham*. UPN Veteran Surabaya.

Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Juliastuti, Akib, S., Daud, R. F., Dawarmi, Rosemary, R., Athalarik, F. M., Adiarsi, G. R., Puspitasari, M., Andi, Ramadhani, M. M., & Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cetakan I). Widina Bhakti Persada.

Nazwa, A., Syalwa, J., Yasmin, N., Muzhaffar, M. H., Adrya, M. R., & Harahap, N. (2025). Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Kebutuhan Akun Instagram @uinsu_official dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi. *Triwikrama: Jurnal IMultidisiplin Ilmu Sosial*, *6*(8), 1–15.

Nurlela, L., Laksono, R. D., Judijanto, L., Wianti, S., Batubara, R. P., Sakti, S. R.

M., Nataly, F., Saktisyahputra, Rachmawati, R. D., Setyadji, V., Sutresna, A., Ashfahani, S., Fatimah, & Devitasari, A. (2024). *Pengantar Komunikasi (Dasar-dasar Komunikasi yang Efektif)* (Cetakan I). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Otami, D. (2025). *Persepsi Followers dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Perawatan Kulit Wajah Pada Akun TikTok @Dokter_Ika*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Pauzi. (2024). *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Cetakan I). PT Arr Rad Pratama.

Perwira, P. A. (2022). *Pengaruh Penanganan Data Imbalance Pada Analisis Sentimen Berbasis Aspek Terhadap Review Game Genshin Impact dengan Naive Bayes Multinomial*. Universitas Komputer Indonesia.

Ramadhani, R., & Bina, N. S. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS* (Cetakan I). KENCANA.

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, *17*(33), 81–95.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2007). *Organizational Behavior* (Edisi 12). Pearson Education, Inc.

Rodin, R. (2020). *Informasi dalam Konteks Sosial Budaya* (Cetakan I). Rajawali Pers.

Salsabila, S. S., Rohmadani, A. I., Mahmudah, S. R., Fauziyah, N., & Sholihatien, R. A. N. (2022). Tantangan Pendidikan Multikultural di Indonesia di Zaman Serba Digital. *Anwarul: Jurnal Pendidikan Dan Dakwah*, *2*(1), 99–110.

Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Platform untuk Pengembangan Bisnis di Era Digital. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 143–149.

Setyowati, S., Mashuri, Fanggidae, L. W., Nainggolan, F. M. R., Vitrianto, P. N., & Sari, I. K. (2023). *Memahami Fenomenologi, Etnografi, Studi Kasus, dan Metode Kombinasi dalam Jagat Metode Riset* (Cetakan I). DOTPLUS Publisher.

Shintawati, Y. (2022). *Pengukuran Kebutuhan Informasi: Konsep dan Aplikasi* (Cetakan I). IAIN Madura Press.

Soemantri, K. P. (2020). *The Art of Restaurant Review*. Kepustakaan Populer Gramedia.

Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Cetakan I). CV Andi Offset.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suhaemi, A. (2022). *Persepsi Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Pada Akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi*. Universitas Pasundan.

Sulfinadia, H., Suryani, E., & Tanjung, A. (2022). *Pergeseran Strategi Pemasaran Kafe dan Kuliner di Sumatera Barat dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. CV Budi Utama.

Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 24–36.

Suryana, D. (2025). *Pengembangan Jangka Panjang: Podcast Kreator Konten* (Volume I).

Sutangsa. (2024). *Membuka Pintu Belajar: Landasan Teori dan Praktik Pendidikan Orang Dewasa dengan Pendekatan Andragogi* (Cetakan I). PT. Adab Indonesia.

Sutikno. (2022). *Strategi dan Teknik Penelitian (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Guepedia.

Swarjana, I. K. (2022). *Konsep Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosial, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid-19, Akses Layanan Kesehatan: Lengkap dengan Konsep Teori, Cara Mengukur Variabel, dan Contoh Kuesioner* (Cetakan I). Penerbit Andi.

Tawaf, & Alimin, K. (2020). Kebutuhan Informasi Manusia: Sebuah Pendekatan Kepustakaan. *Jurnal Kutubkhanah*, *15*(1), 50–59.

Ulfa, R. (2022). Konsep Dasar Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, *2853*, 39–54.

Wahyuni. (2025). Mengenang Pak Bondan: Food Reviewer Legendaris yang Tak Pernah Menjelekkan Makanan dan Mematikan Usaha Orang. *Redaksi Fajar Online*. https://fajar.co.id/2025/03/08/mengenang-pak-bondan-food-reviewer-legendaris-yang-tak-pernah-menjelekkan-makanan-dan-mematikan-usaha-orang/2/

Wibowo, R. S. (2018). *Literasi Informasi: SNIPER Internet untuk Netizens* (Cetakan I). Perahu Litera.

Wicaksana, S. A., Alqini, A. F., & Ambyah, H. (2021). *Transformasi Digital: Perspektif Organisasi, Talenta, dan Budaya Digital*. Dd Publishing.

Wurarah, M. (2022). *Implikasi Prior Knowledge, persepsi Siswa Pada Kemampuan Guru dan Kebiasaan Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar Biologi: Studi Kasus Pada Siswa SMA Negeri di Kota Manado* (Cetakan I). CV. Bintang Semesta Media.

Zamroni, M., Indriati, A., & Ummatin, K. (2017). Studi Persepsi, Interpretasi, dan Resepsi Khalayak Terhadap Muatan Dakwah Televisi Indonesia. *Al'-'Adalah*, *20*(1), 71–102.