

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N. (2020). Tinjauan Konstruksi Sosial Atas Nasionalisme Net Generation. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 75–90. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i1.1586>
- Alivia, R. N., Sudaryanto, E., & Muthmainnah, A. N. (2023). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @kulinertuban Sebagai Media Informasi Kuliner Masyarakat Kabupaten Tuban. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 04 No. 01 (2024), 03(04), 45–50.
- Ahdiat, A. (2024, 24 September). Media sosial favorit Gen Z dan milenial Indonesia [Infografik]. Databoks. Diakses pada 17 November 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Ahdiat, A. (2024, 19 September). Jenis konten berita yang disukai Gen Z Indonesia [Infografik]. Databoks. Diakses 18 November 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/66ebf0975f379/jenis-konten-berita-yang-disukai-gen-z-indonesia>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- Anwar Syadat, F., Kusyeni, R., & Fauziah, E. (2022). Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II) Article Info Abstract. *Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 9(1), 70–81. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM. CV. Cendekia Press.
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh elemen visual pada konten instagram rintik sedu dalam meraih engagement audiens. *Barik-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 4(3), 141-151.
- Arsyad, J. H. (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *Jurnal Cakrawala Informasi*, 2(1), 10–28. <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding*

- Seminar Nasional UNIMUS, 4, 61–69.
https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as_sdt=0,5
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Cahyono, M. R. (2021). Fungsi komunikasi dan motivasi pengguna tanda tagar (#) di media sosial Indonesia. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 191-210.
- Cantika, N., & Riyanto, S. (2022). Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi dalam Promosi Wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(2), 219–232. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i2.722>
- Castillo, L. I. R., Hadjistavropoulos, T., & Brachaniec, M. (2021). The Effectiveness of Social Media in the Dissemination of Knowledge About Pain in Dementia. *Pain Medicine (United States)*, 22(11), 2584–2596. <https://doi.org/10.1093/pm/pnab157>
- Darmian L, N. (2021). Optimalisasi Edukasi Perpajakan Melalui Konten Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1), 75–82. <https://doi.org/10.55587/jla.v1i1.1>
- Direktorat Jenderal Pajak [@ditjenpajakri]. (2024, Januari 9). Keluhan kurangnya feedback dari wajib pajak. Instagram. Diakses 18 November 2024, dari <https://www.instagram.com/ditjenpajakri>
- Direktorat Jenderal Pajak [@ditjenpajakri]. (2024, Januari 9). Keluhan mengenai konten yang diupload. Instagram. Diakses 18 November 2024, dari <https://www.instagram.com/ditjenpajakri>
- Eduardo, T., Suzy, Y. D., & Hikmah, M. (2020). Hubungan kecanduan smartphone dengan kecenderungan perilaku phubbing pada remaja di SMAN 34 Jakarta Selatan. *Seminar Nasional Riset Kedokteran*, 321–330.
- Fajar, F. M., Prawira, Z. Y., Manullang, R. S., & Wijaya, S. (2022). Urgensi Buah-Buahan Sebagai Barang Kena Pajak : Pro Dan Kontra. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(1S), 427–434. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v4i1s.1978>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Hanindharputri, M. A., & Pradnyanita, A. A. S. I. (2021). Konten Visual Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Baru. *Snades*, 285–292. <http://repository.upnjatim.ac.id/2918/1/039> - Made Arini Hanindharputri %5B285-292%5D.pdf
- Hapsari, R. N., Agustina, S. M., Wijaya, R., & Romadona, M. R. (2024). Kurangnya Keterampilan Komunikasi Generasi Z Memasuki Pasar Kerja Inadequate Communication Skills of Generation Z Entering the Workplace.

<https://doi.org/10.56873/jpkm.v9i1.5241>

- Herna, H., Hiswanti, H., Hidayaturahmi, H., & Putri, A. A. (2019). Strategi komunikasi media sosial untuk mendorong partisipasi khalayak pada situs online kitabisa. com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 146-156.
- Juliana, Siti Arbaina; Liza, Trisna; Fatimahtuzzahra; Imel, M. A. H. (2023). Tantangan Sosial Di Era Digital Pada Interaksi Manusia. *Journal Of Research AndMultidisciplinary*, 2(2), 245–261.
- Kusumawati, E. (2023). Efektivitas Kerja Guru. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1487–1492. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1578>
- Laily, I. M., Astutik, A. P., & Haryanto, B. (2022). Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 160–174. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i2.250>
- Lidara, A. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial instagram @Infopku_ sebagai media informasi online Kota Pekanbaru. *UIN Suska Riau (Skripsi)*, 5317, 1–84. [https://repository.uin-suska.ac.id/63494/1/SKRIPSI GABUNGAN.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/63494/1/SKRIPSI_GABUNGAN.pdf)
- Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat. *KOHESI: Jurnal Multidisplin Saintek*, 1(12), 41–50. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/kohesi/article/view/1311>
- Luthfi, M., & Mubarak, M. T. (2023). Efektivitas Instagram Sebagai Media Informasi Pondok Modern Darul Hijrah Putra Martapura. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 15(2), 161–179. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v15i2.22765>
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. *Alacrity : Journal of Education*, 1(2), 20–29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Muhajir, Miftahurrahman, & Dewi, Z. R. (2022). Analisis Laporan Keuangan Bank Negara Indonesia Dan Bank Negara Indonesia Syariah. *Al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 5(Vol. 5 No. 2 (2022): Islamic Studies), 180–190. https://al-afkar.com/index.php/Afkar_Journal/article/view/298/175
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir>
- Novita, D. (2022). Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung). 2(1), 55–66.
- Nugroho, A. S., & Mawardi, M. (2021). Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Tanggungjawab dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(2), 808–817. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i2.825>

- Oktaviani, A. A., Komsiah, S., & Syaifuddin, S. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *Ikra-Ith Humaniora : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(3), 100–107. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i3.2192>
- Ono, S. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Priana, A., Wijayanti, V., & Arina, N. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge : Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85–97.
- Purwanto, S. (2017). Perilaku Pembelian Produk Fashion Didasarkan Pada Kepercayaan Menggunakan Media Sosial. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 55-67.
- Rahmawati, D., & Sakti Hadiwijoyo, S. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Info.Salatiga Sebagai Media Informasi Online Di Kota Salatiga. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(11), 1066–1074. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i11.3796>
- Ramadhany, H. N. S., Sary, M. P., & Putri, M. L. (2023). Efektivitas Media Sosial Instagram @Tabu.Id Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penyakit Menular Seksual Pada Mahasiswa. *Jurnal Education and Development*, 11(3), 39–44. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i3.4928>
- Riyanto, A., & Arini, D. P. (2021). Analisis Deskriptif Quarter-Life Crisis Pada Lulusan Perguruan Tinggi Universitas Katolik Musi Charitas. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 12–19. <https://doi.org/10.33024/jpm.v3i1.3316>
- Simamora, I. Y., Nasution, A. A. M., Novita, D. D., Syahira, Z., Nazwa, W. S., & Siregar, R. A. (2024). Peran Generasi Z di Pemilu 2024 di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5918–5922. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/13306>
- Suharsimi, A. (2022). Prosedur Penelitian. 2(3), 211–213.
- Suwardi, S., & Berliana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 19–28. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>
- Syadat, F. A., Kusyeni, R., & Fauziah, E. (2022). Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II). *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 9(1), 70–81.
- Triaputri, A., & Muljono, P. (2022). Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(4), 467–479. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i4.1034>

- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>
- Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
- Waruwu, S., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (Jamane)*, 1(2), 286–294. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.46>
- We Are Social. (2024, Februari 21). Digital 2024: Indonesia. DataReportal. Diakses pada 7 November 2024, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- We Are Social. (2024, 21 Februari). Digital 2024: Indonesia. DataReportal. Diakses 15 November 2024, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Ye, S., Hartmann, R. W., Söderström, M., Amin, M. A., Skillinghaug, B., Schembri, L. S., & Odell, L. R. (2020). Turning information dissipation into dissemination: Instagram as a communication enhancing tool during the covid-19 pandemic and beyond. *Journal of Chemical Education*, 97(9), 3217–3222. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.0c00724>
- Yusup, A. H., Azizah, A., Reejeki, Endang, S., & Meliza, S. (2023). Literature Review: Peran Media Pembelajaran Berbasis Augmented Reality Dalam Media Sosial. *JPI: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(5), 1–13. <https://doi.org/10.59818/jpi.v3i5.575>