

**Pengaruh Terpaan Akun Instagram @london.bierhaus
Terhadap Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Tempat
Hiburan Malam di Kota Malang**



Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar (S-1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Layla Fitria Ayu Sifana
(201910040311254)

Dosen Pembimbing :

Jamroji, S.Sos., M.Comms.

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Terpaan Akun Instagram @london.bierhaus Terhadap Preferensi Mahasiswa
Dalam Memilih Tempat Hiburan Malam di Kota Malang

Diajukan Oleh :

LAYLA FITRIA AYU SIFANA

201910040311254

Telah disetujui

Kamis / 6 Maret 2025

Pembimbing I




Jamroji, S.Sos, M.Comms

Wakil Dekan I



Najamuddin, S.P., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

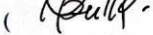
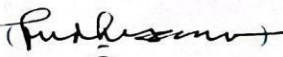

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Layla Fitria Ayu Sifana
201910040311254

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 26 Februari 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Nasrullah, M.Si. ()
2. Drs. Budi Suprpto, M.Si., Dr ()
3. Jamroji, S.Sos, M.Comms ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin, Nairuz Riadh, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2022

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Laya Fitria Ayu Sifana
No. Induk Mahasiswa : 201910040311254
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Akun Instagram Terhadap Preferensi Memilih Tempat Hiburan Malam Di Kota Malang (*Studi Kasus Mahasiswa Rantau asal Mataram di Universitas Muhammadiyah Malang*)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 13 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.sos., M.Comms.



Kampus I
Jl. Babarsing 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 890 135

Kampus II
Jl. Ronggeng Sukani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 521 691

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Layla Fitria Ayu Sifara
NIM : 201910040311254
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Akun Instagram Terhadap Preferensi Memilih Tempat Hiburan Malam Di Kota Malang (*Studi Kasus Mahasiswa Rantau asal Mataram di Universitas Muhammadiyah Malang*)

Disetujui,
Pembimbing

Jamroji, S.sos., M.Comms.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bawean I Malang Jawa Timur
Telp. +62 341 561 2511 (Ranting)
F. tel. +62 341 561 2511

Kampus II
Jl. Bendungan Sulaim No 158 Malang Jawa Timur
Telp. +62 341 561 2511 (Ranting)
F. tel. +62 341 561 2511

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang Jawa Timur
Telp. +62 341 404 313 (Kanting)
F. tel. +62 341 404 313
E. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Laila Fitria Ayu Sifana
NIM : 201910040311254
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pengaruh Terpauan Akun Instagram Terhadap Preferensi Memilih Tempat Hiburan Malam Di Kota Malang (Studi Kasus Mahasiswa Rantau asal Mataram di Universitas Muhammadiyah Malang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Februari 2025

Yang Menyatakan,



Laila Fitria Ayu Sifana



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 551 253 (Gedung)

Kampus II

Jl. Rengguni Sutarjo No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 219 (Hunting)
F. +62 341 551 219 (Gedung)

Kampus III

Jl. Raya Tugras No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 263 218 (Hunting)
F. +62 341 263 218 (Gedung)
E. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI: PENGARUH TERPAAN AKUN INSTAGRAM TERHADAP PREFERENSI MEMILIH TEMPAT HIBURAN MALAM DI KOTA MALANG (STUDI KASUS MAHASISWA RANTAU ASAL MATARAM DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)

Oleh:

Nama : Layla Fitria Ayu Sifana

NIM : 201910040311254

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 13 Februari 2025

Pembimbing I/Promotor

Jamroji, S.sos., M.Comms.

NIP.



(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Randuno 1 Malang, Jawa Timur
Telp. +62 291 821 263 (Kampus I)
Telp. +62 291 821 263 (Kampus I)

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur
Telp. +62 291 821 119 (Kampus II)
Telp. +62 291 821 119 (Kampus II)

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
Telp. +62 291 462 319 (Kampus III)
Telp. +62 291 462 319 (Kampus III)
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : LAYLA FITRIA AYU S.

NIM : 201910040311254

Hasil Plagiasi : $\frac{6}{2}$

BAB I	17			
BAB II	6			
BAB III	14			

$\frac{6}{2}$

BAB IV	7			
BAB V	12			
BAB VI	17			

Malang, 6 Februari 2021
Admin Plagiasi Urdi
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuki

CS Dipindai dengan CamScanner



BERITA ACARA BIMBINGAN

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Layla Fitria Ayu Sifana
2. NIM : 201910040311254
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : "Pengaruh Terpaan Akun Instagram @london.bierhaus Terhadap Preferensi Dalam Memilih Tempat Hiburan Malam di Kota Malang"
6. Dosen Pembimbing : Jamroji, S.Sos., M.Comms.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf
Selasa 31/01/2023	Seminar Proposal	
Selasa 03/06/2024	ACC Bab 1 dan 2	
Jumat 07/06/2024	ACC Bab 3	
Jum'at 10/01/2025	ACC Bab 4 dan 5	
Rabu 15/01/2025	Seminar Hasil	

Malang, 13 Februari 2025
Dosen Pembimbing,



Jamroji, S.Sos., M.Comms

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Rabu, 13 Februari 2025

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Layla Fitria Ayu Sifana
NIM	201910040311254
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	Pengaruh Terpaan Akun Instagram @london.bierhaus Terhadap Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Hiburan Malam di Kota Malang

Dihadiri oleh Dosen Penguji

1. Nasrullah, S.sos. M.Si

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing

1. Jamroji, M.Comms.

Dan dihadiri oleh 10 Mahasiswa (presensi terlampir)

Penyajian dinyatakan **LULUS/TIDAK LULUS**

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Jamroji, M.Comms.

Malang, 13 Februari 2025

Dosen Penguji,



Nasrullah, S.sos. M.Si

Kaprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos. M.Si

ABSTRAKSI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan akun Instagram @london.bierhaus terhadap preferensi mahasiswa rantau asal Mataram di Universitas Muhammadiyah Malang dalam memilih tempat hiburan malam di Kota Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 54 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan akun Instagram @london.bierhaus memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih tempat hiburan malam, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 81,6%, yang berarti terpaan Instagram memengaruhi 81,6% dari preferensi responden. Selain itu, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan, dengan nilai t hitung sebesar 15.387 lebih besar dari t tabel (1.675). Faktor yang paling menentukan dalam preferensi mahasiswa adalah event DJ yang dipromosikan melalui akun Instagram tersebut. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa media sosial, khususnya Instagram, merupakan platform yang efektif dalam mempengaruhi preferensi konsumen, khususnya mahasiswa dalam memilih tempat hiburan malam.

Kata kunci: Terpaan Media, Instagram, Preferensi, Tempat Hiburan Malam, Mahasiswa

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Jamroji, S.Sos., M.Comms

Malang, 13 Februari 2025
Peneliti,



Layla Fitria Ayu Sifana

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Terpaan Akun Instagram @london.bierhaus Terhadap Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Hiburan Malam di Kota Malang”*** . Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Pertama-tama tentunya peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Allah SWT, yang memberi kemudahan dan kelancaran kepada peneliti dalam melakukan penelitian dengan segala kekurangan peneliti kepada-NYA.
2. Kedua orang tua penulis, Surni M Soleh dan Tunikfidia Ningsih, untuk beliau berdua skripsi ini penulis persembahkan Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua.
3. Kepada Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si. selaku rektor kampus Universitas Muhammadiyah Malang
4. Kepada Bapak Nasrullah, M. Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Jamroji, S.Sos., M.Comm selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan support dengan mengingatkan untuk terus menyelesaikan skripsi agar cepat lulus melalui candaan dan sabar beliau menghadapi peneliti.
6. Saudara-saudara penulis, adek pertama Dwi Nauval Farras Rosyid dan adek kedua Jasmine Sofie C. Terimakasih selalu mendukung penulis sampai dititik ini.
7. Berterima kasih kepada diri saya sendiri, Ma Syaa Allah terima kasih sudah berjuang sejauh ini. KAMU HEBAT BANGET.

8. Dwi Asri Chandra, Terimakasih karena selalu siap sedia menemani dan membantu dalam segala hal selama proses penelitian. Terima kasih juga karena telah bersedia mendengarkan segala cerita, menemani ketika panic attack dan sabar menghadapi mood penulis.
9. Seluruh anak- anak Asrama Mataram yang berkuliah Universitas Muhammadiyah Malang yang berkenan menjadi responden penelitian untuk mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner penulis melalui kuesioner google form.
10. Terimakasih kepada mantan penulis yang sabar menunggu penulis kelar kuliah, You have a good heart and soul, please remember that.
11. Terakhir terimakasih semua untuk teman-teman penullis yang penulis cintai



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	iv
TANDA TERIMA PLAGIASI	v
BERITA ACARA BIMBINGAN	vi
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
11.1. Latar Belakang	1
11.2. Batasan dan Rumusan Masalah.....	5
11.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1. Media Baru	6
2.1.1. Definisi Media Baru	6
2.2. Media Sosial.....	8
2.2.1. Pengertian Media Sosial.....	8
2.2.2. Ciri-ciri Media Sosial	8
2.2.3. Jenis-jenis Media Sosial.....	9
2.3. Penggunaan Media Sosial Dalam Komunikasi Massa	10
2.4. Instagram Sebagai Media Sosial.....	11
2.4.1. Pengertian Instagram.....	11
2.4.2. Fitur Instagram.....	11
2.5. Terpaan Media	13
2.6. Preferensi	14
2.6.1. Pengertian Preferensi.....	14
2.6.2. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi	14
2.7. Mahasiswa	17
2.7.1. Definisi Mahasiswa	17
2.7.2. Karakteristik Mahasiswa	17
2.7.3. Mahasiswa Rantau.....	18
2.8. Teori <i>Uses and Gratification Theory</i>	19

2.9.	Kerangka Konseptual.....	21
2.10.	Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		22
3.1.	Jenis Penelitian.....	22
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3.1.	Populasi.....	22
3.3.2.	Sampel.....	22
3.4.	Variabel dan Instrumen Penelitian.....	23
3.4.1.	Hasil Uji Validitas	23
3.4.2.	Hasil Uji Reliabilitas	24
3.5.	Teknik Pengumpulan dan Analisa Data	25
3.6.	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Peneliti.....	25
3.6.1.	Definisi Konseptual.....	25
3.6.2.	Definisi Operasional.....	25
BAB IV GAMBARAN UMUM		27
4.1.	Gambaran Umum akun @london.bierhaus	27
4.2.	Visi misi akun @london.bierhaus	28
4.3.	Struktur Kepengurusan.....	28
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		29
5.1.	Deskripsi Variabel X	29
5.1.1.	Frekuensi Terpaan Akun Instagram Londoh_Bierhaus.....	29
5.1.2.	Intensitas Terpaan Akun Instagram Londoh_Bierhaus	30
5.1.3.	Tingkat Terpaan Akun Instagram Londoh_Bierhaus.....	30
5.2.	Deskripsi Variabel Y	31
5.2.1.	Frekuensi Kunjungan Akun Instagram Londoh_Bierhaus....	31
5.2.2.	Intensitas Kunjungan Akun Instagram @london.bierhaus.....	32
5.2.3.	Tingkat Kunjungan Akun Instagram @london.bierhaus	33
5.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	33
5.3.1.	Uji Normalitas.....	33
5.3.2.	Uji Korelasi.....	34
5.4.	Pembahasan	35
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		37
6.1.	Kesimpulan.....	37
6.2.	Saran	37
DAFTAR PUSTAKA		39
LAMPIRAN.....		42

DAFTAR PUSTAKA

- APJII, (2016). *Infografis, Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
- Abbas, M. R. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*.
- Amri Jhi. (1998). *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*. In *Jakarta: PT. Gramedia, 1988*.
- APJII. (2018). <https://apjii.or.id/content/read/104/348/BULETIN-%0AAPJII-EDISI-22>
- Ardianto, E. & L. K. E. (2007). *Komunikasi Massa*. In *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. In *Media Kita*.
- Fitriansyah, F. (2018). *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. *Cakrawala*, 18(2), 171–178. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawalahttps://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hamzah, Y. I., Penelitian, P., Pengembangan, D., Kepariwisata, K., Pariwisata, K., & Kreatif, D. E. (2013). (n.d.). *Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia*. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 8(3), 1–9.
- Hartaji, D. A. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. *Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma*.
- Humaida, D. A. (2020). *Penggunaan Akun Instagram Sebagai Eksistensi Diri Siswa SMAN 8 Kota Kediri*. *Undergraduate (S1) Thesis, IAIN Kediri*.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Jeffrey, F. D. et al. (1996). *Observation: translating values in to product wants*.

Journal of Advertising Research, Vol. 36 (6).

- Junaidi, L. (2007). *The Power of Wirid Rahasia dan Khasiat Zikir Setelah Shalat untuk Kedamaian Jiwa dan Kebugaran Raga. Jakarta: Hikmah.*
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 4(1), 41–57.* <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Karyanti S (ed), R. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar.*
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research, 19–32.*
- Kotler, & K. (2016). *Manajemen Pemasaran (13 ed.). (B. Sabran, Trans.). In Jakarta: Erlangga.*
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi. In Prenada Media Group.*
- Nasrullah, R. (2017). (n.d.). *Media Sosial : Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosio Teknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.*
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta. In Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.*
- Novaldo, A. (2020). *Pengaruh Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Perkembangan Usaha (Survey Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur). Other Thesis, Universitas Komputer Indonesia.*
- Poerwadarminta. (2005). *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.*
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi Massa. In Yogyakarta: Graha Ilmu. Yogyakarta: Graha Ilmu.*
- Santrock, J. W. (2012). *Perkembangan masa hidup. Edisi 13. Jilid II. Terj. Benedictine Widyasinta. Jakarta: Erlangga.*
- Siswoyo, D. (2007). *Ilmu Pendidikan. Yogyakarta: UNY Press.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:*

Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif.* In Bandung: ALFABETA.

Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami.* In Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Risk : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 36–46.

Wirawan, I. W. G. (2021). Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery). *Jurnal Ilmu Hukum : Fakultas Hukum & Ilmu Sosial UNDIKNAS*, 4(2), 187–202.

Wirawan, M. A., & Nugroho, W. (2021). Pengaruh Terpaan Akun Instagram @bekasifood Terhadap Preferensi dalam Memilih Kuliner di Bekasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 140–149. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.82>

Yasir. (2020). Pengantar Ilmu Komunikasi. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 6(2), 242.

Zarella. (2010). *The Social Media Marketing Book.* In Jakarta: Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.