

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 2(2), 1–6.
- Amin, J. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Kecamatan Tarumajaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Arisanty, M., Riady, Y., Permatasari, S. M., & Wiradharma, G. (2023). Edukasi Literasi Informasi Dalam Media Sosial Sebagai Wujud Kampanye Netizen Bijak, Cerdas, Kritis dan Inisiator Konten Positif. *GENDIS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 57–67.
- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G., Powell, I., & Waller, D. (2000). *Advertising An Integrated Marketing Communication Perspective*. Sydney : McGraw-Hill Education.
- Blumler, J. G., Katz, E., & Gurevitch, M. (2024). *Used and Gratifications Theory*. Title. 12manage. https://www.12manage.com/description_blumler_katz_uses_gratifications_theory.html
- BWF. (2024). *BWF World Rankings (5/28/2024)*. BWF. <https://bwf.tournamentsoftware.com/ranking/ranking.aspx?rid=70>
- Chandler, D. (2014). *Why do People Watch Television?* Visual-Memory. <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/short/usegrat.html>
- Edrick, N. (2022). *Pengaruh Kekuatan Pesan Instagram @Ganjar_Pranowo melalui Perilaku Pemilih terhadap Tingkat Popularitas Ganjar di Kalangan Generasi Z*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Kasirye, F. (2022). *The Importance Of Needs In Uses And Gratification Theory*. 1–5.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*(2nd ed.). Jakarta : Kencana.
- Kurniati, I. (2020). *Tabel r Product Moment Pada Sig.0,05 (Two Tail)*. Academia. Edu. https://www.academia.edu/6802725/Tabel_r_Product_Moment_Pada_Sig_0_05_Two_Tail
- Lasmawan, W., & Yudhistira, N. (2023). Impression Management Vindes Dalam Pertandingan Tiba-Tiba Tenis “Desta Mahendra Vs Raffi Ahmad.” *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1746–1760.

- Lorenz, Z. (2011). *Uses and Gratifications Theory*. Slideshare. <https://www.slideshare.net/slideshow/uses-and-gratifications-theory-6933502/6933502>
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research An Applied Approach* (2nd ed.). Harlow : Pearson Education Limited.
- McQuail, Denis (2010). *Mass communication theory: an introduction*. London: SAGE Publications. pp. 420–430. ISBN 978-1849202923.
- Nita, D. (2020). *Pengaruh Komunikasi, Disiplin Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT. Extrupack Bekasi Barat*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Pambudi, R. (2022). *Prestasi Bulu Tangkis Indonesia dari Masa ke Masa di Olimpiade, Ada yang Tidak Dianggap*. INews.Id. <https://www.inews.id/sport/all-sport/prestasi-bulu-tangkis-indonesia-dari-masa-ke-masa-di-olimpiade-ada-yang-tidak-dianggap>
- Perwiranegara, P. B. R., & Sukendro, S. (2021). Analisis Kebugaran Jasmani Atlet Panahan. *Jurnal Olahraga Dan Kesehatan Indonesia (JOKI)*, 2(1), 46–51.
- Pranata, D., & Kumaat, N. (2022). Pengaruh Olahraga Dan Model Latihan Fisik Terhadap Kebugaran Jasmani Remaja: Literature Review. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 10(2), 107–116.
- Pratama, W., Murdiati, E., & Trisiah, A. (2023). Analisis Semiotika Humor Vincent Dan Desta Dalam Youtube Vindes. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 542–546.
- Puspa, F., & Laksamana, N. (2020). *Survei Nielsen Pastikan Badminton Jadi Olahraga Terpopuler di Indonesia, Kalahkan Sepak Bola*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/sports/read/2020/09/25/10000058/survei-nielsen-pastikan-badminton-jadi-olahraga-terpopuler-di-indonesia?page=all>
- Rian, T. (2017). *Minat Mahasiswa Fpok Upi terhadap Sportainment*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sirait, A. L. P. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX (Studi Pada Honda PCX Club Jakarta)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Sukarmin, Y. (2010). Pemasaran Olahraga Melalui Berbagai Event Olahraga. *MEDIKORA: Jurnal Ilmiah Kesehatan Olahraga*, 6(2), 55–63.
- Valentina, A., Chrissandy, R., Jesslyn, B., & Setyanto, Y. (2022). Digital Communication & Socialization Using Media Video Content During Pandemic. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 494–506.
- Vindes. (2024). *About Vindes*. VINDES. <https://vindes.id/page/about>
- Widyanira, S., Mansoor, A. Z., & Satria, F. (2023). Retorika Visual Iklan Sosial Media Kolaborasi Vindes Dan Rans Entertainment Dalam Acara Tiba-Tiba Tenis. *Kartala Visual Studies*, 2(2), 48–62.