

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). *Populasi dan Sampel*. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengambilan-sampel/#Cara_Pengambilan_Sampel.
- Agustian. (2024). *Korelasi Product Moment: Pengertian, Penerapan, Koefisien, Contoh Soal*. Rumus Pintar.
- Ambar. (2017). *Landasan Teori Uses and Gratifications Menurut Para Ahli – Asumsi dan Motifnya*. Pakar Komunikasi. <https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications>.
- Asmarantika, R. A., Prestianta, A. M., & Evita, N. (2022). *Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia*. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34-44.
- Ayunita, D. (2018). *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas*. *Statistika Terapan*, October, 2.
https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas.
- Baran, S. J. (2011). *Pengantar komunikasi massa: Literasi media dan budaya*, Jakarta, Indonesia : Salemba Humanika.
- Datubara, B. M., & Irwansyah. (2019). *Instagram TV: Konvergensi penyiaran digital dan media sosial*. *Jurnal Mediator*, 12(2), 251-263.
- Dr. Humaizi, M. . (2018). *Uses and Gratifications Theory*. *USU Press*, 128, 337–

348. <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>

Fitriani, F. (2022). *Uji Validitas dan Reliabilitas pada Data Kuesioner Penelitian*. Exsight. <https://exsight.id/blog/2022/04/18/uji-validitas-realibilitas-di-kuisisioner/#:~:text=UJI VALIDITAS Uji validitas didefinisikan sebagai sejauh mana,dihasilkan tinggi maka semakin valid butir pertanyaan tersebut.>

Gunawibawa, W. S. (2020). *Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung

Holmes, D. (2012). *Teori komunikasi: Media, teknologi dan masyarakat*,

Yogyakarta, Indonesia : Pustaka Pelajar.

Ilahi, F. K., & Syafuddin, K. (2021). *Konsumsi Pemberitaan Media Online di Masa Pandemi oleh Ikatan Pelajar Riau Yogyakarta (IPRY-KB) Komisariat Bengkalis Selama. 4, 275–292.*

Lee, A. M., & Carpini, M. X. D. (2010, April). *News consumption revisited: Examining the power of habits in the 21st Century*. Paper presented at 11th International Symposium on Online Journalism, University of Texas at Austin, Austin, TX.

Luntungan, R. V., Kawengian, D. D., & Harillama, S. H. (2022). *PENGARUH MINAT BACA MEDIA ONLINE DAN MINAT BACA KORAN PADA MASYARAKAT DI KELURAHAN WANEA KECAMATAN WANEA KOTA MANADO. ACTA DIURNA KOMUNIKASI, 4(3)*. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/4>

Nuriefandi, A. (2019). *PENGARUH KARAKTERISTIK GENERASI Y TERHADAP*

LOYALITAS KARYAWAN. Universitas Pendidikan Indonesia.

Putri, Vanya K. M. (2022) *Kelebihan dan Kekurangan Media Online*. Diakses pada 15 Januari 2025, dari

<https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/12/090000669/kelebihan-dan-kekurangan-media-online>

Qorib, F. (2020). *Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang*.

Ultimacomm, 20.

Riadi, M. (2021). *Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (Uses and Gratifications)*. KajianPustaka.Com.

Riadi, M. (2022). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. KajianPustaka.Com.

<https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>

Rosenstiel, T. (2008). *The how vs where of news consumption*.

<<http://www.journalism.org/2008/08/20/the-how-vs-where-of-news-consumption/>>\

Rosy Dewi Arianti Saptoyo, B. G. (2022). *Survei Reuters: 68 Persen Masyarakat Indonesia Mengakses Berita dari Medsos*. Kompas.Com.

https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/17/153126682/survei-reuters-68-persen-masyarakat-indonesia-mengakses-berita-dari#google_vignette

Rusadi, U. (2014). *KONSUMSI BERITA LINTAS MEDIA MASSA KONVENSIONAL DAN INTERNET NEWS CONSUMPTION ACROSS*

CONVENTIONAL MASS MEDIA AND THE. Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika, 4(3), 174.

Salmaa. (2023). *Teknik Pengambilan Sampel: 11 Macam dan Contoh Lengkapnya*. Penerbitdeepublish. https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengambilan-sampel/#Cara_Pengambilan_Sampel

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2004). *Ilmu Makroekonomi*. Jakarta: Media Global Edukasi.

Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). *Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 17(2), 51–*

58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>

Saputra, Harja. (2014). *Teori Uses and Gratification dalam Penggunaan Media*.

[https://www.harjasaputra.com/teori/teori-uses-and-gratification-dalam-penggunaan-media/#:~:text=Menurut McQuail %20Rakhmat%2C2001%3A16%29 motif penggunaan media%2C yaitu,bagaimana media akan](https://www.harjasaputra.com/teori/teori-uses-and-gratification-dalam-penggunaan-media/#:~:text=Menurut McQuail%20Rakhmat%2C2001%3A16%29 motif penggunaan media%2C yaitu,bagaimana media akan)

membantu seseorang untuk mendapatkan informasi.

Thabroni, G. (2022). *Teori-Teori Komunikasi: Hypodermic, Uses & Gratifications, Disonansi, dll.* Serupa.Id. <https://serupa.id/teori-teori-komunikasi-hypodermic-uses-gratifications-disonansi-dll/>

Wibowo, M. (2023). *Perubahan Paradigma Konsumsi Berita Dalam Era Digital: Studi Tentang Preferensi dan Kebiasaan Pembaca.* Kompasiana.

Wulan Suciska, E. Y. (2020). *Pola Konsumsi Berita pada Kelompok*

Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung. Universitas

Lampung Bandar Lampung. Universitas Lampung.

Yuan, E. (2011). *News consumption across multiple media platforms . Information, Communication & Society*

Yulita, L. (2024). *Teori Uses and Gratification: Definisi, Asumsi dasar, dan Contoh.* Hotelier.Id.

