

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budijanto, B. (2018). *Dinamika spiritualitas generasi muda Kristen Indonesia*. Yayasan Bilangan Research Center.
- Craig R.T., (2013). *Theories and Models of Communication*. Berlin: Construction Theories in Communication Research. In P. Cobley & P.J. Schulz (Eds)
- Ghozali, H. I. (2016). *Aplikasi Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Grashinta, A. (2023). METODE PENELITIAN KUALITATIF (Teori & Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif). *PT. Mifandi Mandiri Digital*, 134-143.
- Krejcie, R. &. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities*. Educational and Psychological Measurement.
- Laka dkk. (2024). *Pendidikan Karakter Gen Z di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Littlejohn, S. W. (2011). *Theories of Human Communication*. (10th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.
- Palmgreen, P. &. (1985). An Expectancy-Value Approach to Media Gratifications. In E. Rosengren, L.A. Wenner & P. Palmgreen (Eds.). *Media Gratifications Research*, 61-72.
- Palmgreen, P. a. (1982). Gratifications Sought and Media Exposure: An Expectancy Value Model. *Communication Research*, 561-580.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Agnesia, N. A. (2023). Motif Mahasiswa Pengguna Aplikasi Tiktok (Analisis Teori Uses and Gratification Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang). *LITERAKOM: Jurnal Literasi dan Komunikasi*, 35-40.
- Ani Sri Wiryaningsih, P. M. (2025). Transformasi Pelayanan Gereja dalam Era Digital: Studi Kasus di GBI Gradasi Bekasi. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1062-1063.
- Auliya, S. (2025). *Pengaruh Nomophobia Terhadap Interaksi Personal Generasi Z di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Balqis, L. T. (2023). Changes in Communication Patterns in the Digital. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 544-545.
- Bossen C. B., K. R. (2020). *Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers*. Young Consum.
- Chen, L. d. (2022). Exploring the antecedents of trust in electronic word-of-mouth platform: The perspective on gratification and positive emotion. *Frontiers*, 01-03.
- Cindie Sya'bania Feroza, D. M. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *JURNAL INOVASI*, 34-35.
- Dheo Elovani Tambun, A. S. (2023). SUMBANGAN APLIKASI TIKTOK BAGI PERKEMBANGAN IMAN MAHASISWA DI RUMAH BINA KARYA ILAHI MADIUN. *CREDENDUM : Jurnal Pendidikan Agama*, 4-8.

- Diva Tanivaa, D. T. (2025). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran: Analisis Pada Akun @infokulinerpati . *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 181-182.
- Dwiva Ramadani Ginting, F. H. (2024). Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, 90-95.
- Fadilla Awalia, Z. (2025). Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Teknologi dan Sains Modern*, 15-25.
- Gaver W. W. (1991). *Technology Affordances*. New York, USA: In Proceeding of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing System Reaching Through Technology.
- Gu, L. e. (2022). *What drives me to use TikTok: A latent profile analysis of users' motives*. Frontiers in Psychology.
- Haliza, N. &. (2025). The Influence of Spirituality on The Mental Health Impact of TikTok Scrolling in University Students. *Journal of Islamic Education and Ethics*, 118-133.
- Handayani, W. S. (2024). Transforming Mass Communication in the Digital Era: A Narrative Review of Social Media's Global Impact. *Communica : Journal of Communication*, 1-2.
- Hasibuan, D. A. (2024). Peran Remaja Kristen dalam Penggunaan Media Sosial. *JURNAL ILMU TEOLOGI DAN PENDIDIKAN KRISTEN*, 38-39.
- Ina Namora Putri Siregar, S. H. (2019). PENGARUH REKRUTMEN DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWA PADA PT. BUDI RAYA PERKASA. *Jurnal Manajemen*, 73-76.
- Islah Alifa, I. N. (2020). *Pengaruh Sharia Compliance, Good Corporate Governance Dan Kompetensi Amil Zakat Terhadap Pengelolaan Dana Zakat (Studi Kasus Pada Baznas (BAZIS) DKI Jakarta)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Janisa Kusumawati, A. J. (2024). PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM BAGI GENERASI "Z". *JURNAL PENELITIAN DAN PEMIKIRAN KEISLAMAN*, 272-273.
- Jessica Martha, E. W. (2024). Peran Gereja dalam Meningkatkan Literasi Media Sosial pada Generasi Z di Indonesia. *KHARISMA: JURNAL ILMIAH TEOLOGI*, 73-75.
- Joanna E. M. Sale, a. L. (2025). The reliance on conceptual frameworks in qualitative research – a way forward. *BMC Medical Research Methodology*, 2-5.
- Jones, R. A. (2022). Social Media's Role in the Changing Religious Landscape of Contemporary Bangkok. *Religions*, 1-2.
- Leonardi, P. (2014). Social Media, knowledge sharing, and innovation : Toward a theory of communication visibility . *Information System Research*, 796-816.
- Lisnarti. (2025). Uses and Gratifications dalam Media Sosial Algoritmik: Tantangan dan Kesenjangan antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, 163-172.
- Melda dkk, M. T. (2023). Generasi Z Sebagai Kaum Muda Gereja dan Kedewasaan Rohani. *Jurnal Ilmu Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, 147-152.
- Meliya Jayanti dkk. (2025). Teori Uses And Gratifications Terhadap Kecenderungan Kecanduan Informasi Dan Hiburan Di Sosial Media.

- Menon, D. (2022). Uses and gratifications of educational apps: A study during COVID-19 pandemic. *Computers and Education Open*, 1-2.
- Mitrović, I. S. (2023). *The Motivation for Using the Social Media Platform TikTok from the Perspective of the Uses and Gratifications Theory*. Serbia: Media Studies and Applied Ethics .
- Nainupu, A. M. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Spiritualitas Pemuda Kristen. *Proceeding National Conference of Christian Education and Theology* (hal. 39-40). Ungaran: Sekolah Tinggi Teologi Simpson Ungaran.
- Naomi Rebecca Siagia, N. Y. (2023). THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN GENERATION Z COMMUNICATION. *Interdisciplinary Journal of Advanced Research and Innovation*, 109-113.
- Nasution, M. H. (2024). ANALYSIS OF DIGITAL CULTURAL BEHAVIOR IN GEN Z STUDENTS OF UINSU COMMUNICATION SCIENCE . *JOURNAL OF COMMUNICATION AND SOCIAL SCIENCE*, 41-42.
- Nurrachmah, S. (2025). Gen Z's Self-Expression and Digital Identity Strategies on Social Media X: A Quantitative Study of Communication Styles and Audience Engagement . *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1-2.
- Nuzuli, A. K. (2022). *Motives for Using Tik Tok in Uses and Gratification Theory Prespective*. Kerinci: Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi .
- Omar B., D. W. (2020). *Watch, share or create: the influence of personality traits and user motivation on TikTok Mobile video usage*. United States: PubMed Central.
- Prasetyo, A. (2024). Analisis pengaruh media sosial terhadap pemahaman agama di kalangan Generasi Z. *Relinesia: Jurnal Religi dan Komunikasi Sosial*, 45–57.
- Pusvita, F. M. (2021). POLA PRODUKSI BERITA PADA WEBSITE www.acehbaratdayakab.go.id SEBAGAI MEDIA INFORMASI HUBUNGAN MASYARAKAT PEMERINTAHAN ACEH BARAT DAYA. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 96-97.
- Putri, S. D. (2025). Efektivitas penggunaan Google Form dalam survei perilaku digital Generasi Z di media sosial. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 112–125.
- Ridma Azizah Putri, A. A. (2025). Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Spiritual pada Aplikasi TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa Prodi PAI UIN Palangka Raya. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 20-31.
- Ridwan Adetunji Raji, O. A. (2020). Unveiling Social Gratifications Sought and Obtained from Social Media Utilization. *Jurnal The Messenger*, 168-179.
- Ronzhyn et al. (2022). *Defining affordances in social media research: A literature review*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Ruchi Agarwal, W. J. (2022). Social Media's Role in the Changing Religious Landscape of Contemporary Bangkok. *Religions*, 2-3.
- Scherr S., W. K. (2021). *Explaining the success of social media with gratification niches: motivations behind daytime, nighttime, and active use of TikTok in China*. Google Scholar.
- Sinaga. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Upaya Publikasi Teologi oleh Komunitas Theologiantok dalam Perspektif Kontekstualisasi Misi*. Salatiga: UKSW.

- Sintauli, S. E. (2021). *MENDIDIK GENERASI Z GEREJA Peran Media Sosial di Tengah Bahaya Always-On Att enti on Defi cit Disorder*. Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana.
- Siti Maudillah, A. S. (2025). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah Antara Kreativitas dan Etika Komunikasi Islam . *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 159-160.
- Stafford, T. F. (2004). Determining Uses and Gratifications for the Internet. *Fogelman College of Business and Economics*, 259-271.
- Suwin. (2024). Membangun Strategi Misi Kontekstual Bagi GenerasiZ: MemanfaatkanTeknologi Informasi dan Komunikasi. *Proceeding National Conference of Christian Education and Theology* (hal. 45-47). Sintang: Sekolah Tinggi Teologi Simpson Ungaran.
- Wijaya, T. (2024). Analisis Komunikasi Digital Gereja Kristus Yesus Sunter Dalam Pelayanan Jemaat di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 307-309.
- Winda Kustiawan, M. D. (2025). Pendekatan Metode Penelitian Lokasi Dan Waktu Informan Penelitian Dan Penyusunan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5052-5054.
- Yesi Anggun Susanti dkk. (2025). TikTok dakwah content: A study of religious understanding in Islamic education. *Journal of Curriculum Development*, 827-831.
- Yohanes Enci Patandean, K. (2023). Mengomunikasikan InjilMelalui Tiktok. *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia*, 124-128.

Website

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJJI). (2025). *SURVEI PENETRASI INTERNET DAN PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET INDONESIA 2025*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJJI).
- | | | | |
|---|---------|------|----|
| https://Wearesocial.Com/Id/Blog/2025/02/Digital-2025/ , | Diakses | Pada | 27 |
| September 2025, Pukul 00.45 WITA | | | |
| https://Wearesocial.Com/Id/Blog/2025/02/Digital-2025/ , | Diakses | Pada | 27 |
| September 2025, Pukul 00.45 WITA | | | |