

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, A. L. (2021). *Pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Baran, S. J. (2021). *Introduction to Mass Communication*. McGraw-Hill Education.
<https://books.google.co.id/books?id=N1cayQEACAAJ>
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management. *ICMLG2016-4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016*, 42.
- Cruz, M. M. M. da. (2016). *Generation Z: influencers of decision-making process: the influence of WOM and Peer interaction in the decision-making process*. Universidade Católica Portuguesa.
- DeVito, J. A. (2019). *The interpersonal communication book* (15th ed.). Pearson Education.
- Dika, R. (2023). *YouTube Raditya Dika*. YouTube.
<https://www.youtube.com/@radityadika/about>
- Duffett, R. (2020). The youtube marketing communication effect on cognitive, affective and behavioural attitudes among generation Z consumers. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su12125075>
- Edward, J. (2014). *Raditya Dika Dapat Penghargaan dari YouTube*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/832684/raditya-dika-dapat-penghargaan-dari-youtube?page=3>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai

- Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199–208.
<https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. In *KOMUNIKASI MASSA*. CV. Penerbit Qiara Media.
https://repository.petra.ac.id/19098/1/Publikasi1_96022_7071.pdf
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hinduan, Z. R., Anggraeni, A., & Agia, M. I. (2020). Generation Z in Indonesia: The Self-Driven Digital. *Emerald Publishing Limited*, 121–134.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80043-220-820201012>
- Indraswari, D. L. (2022). *Geliat Kaum Muda Berinvestasi*. Kompas.Id.
<https://www.kompas.id/baca/telaah/2022/03/28/geliat-kaum-muda-berinvestasi>
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Data Reportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kosasih, D. T. (2021). *4 Hal yang Bikin Investor Pemula Meningkatkan di Pasar Modal*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/saham/read/4470931/4-hal-yang-bikin-investor-pemula-meningkat-di-pasar-modal>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- KSEI. (2022). *Statistik Pasar Modal Indonesia Desember 2022*. Kustodian Sentral Efek Indonesia. https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_Desember_2022_v1.pdf
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Ojk.go.id. (2017). *Pengelolaan Investasi*. Otoritas Jasa Keuangan.
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/Pages/Pengelolaan-Investasi.aspx#:~:text=Investasi adalah penanaman modal%2C>

biasanya,berharga lain untuk memperoleh keuntungan.

- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY. *Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(1), 1–16.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi (Revisi) (Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rokhim, A. (2022). *Pengaruh Terpaan Konten @ngertisaham Terhadap Minat Anak Muda Berinvestasi Saham di Pasar Modal (survey pada followers akun Instagram @ngertisaham)*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Socialblade.com. (2022). *Top 100 Youtubers in Indonesia Sorted by Video Views*. Social Blade. <https://socialblade.com/youtube/top/country/id/mostsubscribed>
16 oktober 2022
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, A. (2016). *Teori belajar dan pembelajaran di sekolah dasar*. Kencana.
- Turner, A. (2015). Generation Z : Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.
<https://doi.org/doi:10.1353/jip.2015.0021>.
- Venus, A. (2019). *Manajemen kampanye: Panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi publik (Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Winoto, Y. (2015). The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services. *EduLib*, 5(2), 1–14.
<https://doi.org/10.17509/edulib.v5i2.4393>