

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Sukma. (2020). Peran Influencer Sebagai Komunikasi Persuasif Untuk Pencegahan Covid-19. *Jurnal Spektrum Komunikasi*. Vol.8, No.2. Hal. 136-148.
- Angelica, Christina., dkk., (2020). Studi Hubungan Kredibilitas Influencer, Parasosial, Nilai Merek, dan Niat Pembelian Produk Kosmetik. *Kajian Branding Indonesia*. Vol.2, No.2. Hal. 300-336.
- Anggito, Albi dan Setiawan, Johan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Astrid, et al. (2018). Analysis Of Audience Reception on Youtube Towards Anti Cyberbullying Video Campaign In The Cyberbully By Cameoproject. *Seeij (Social Economics and Ecology International Journal)*. Vol.2, No.1, Hal. 57-63.
- Azhari, Muhammad dan Apriadi. (2020). Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @Maknews Pada Konten Religi #Jumatberkah. *Kagangga Komunika Journal of Communication Science*. Vol.2, No.1, Hal 12-22.
- Briandana, Rizki; Sofian, Mohammad Raqib; dan Azmawati, Azman Azwan. (2018). Pay Tvs and Audience Reception: Intercultural Responses To K-Drama on Indonesian Audience. *International Journal of Communication Research*. Vol.8, No.4, Hal. 285-293.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, Faizal Fajar., dkk., (2024). Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi Dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah MEA*. Vol. 8, No. 1, Hal. 770-790.
- Fitrah, Muh. dan Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif Tindakan kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Fundika, Bimo Aria. (2020). Literasi Keuangan Rendah, Ini Tips Pilih Investasi untuk Milenial. Diakses 5 Februari 2021. <https://www.suara.com/lifestyle/2020/12/03/105101/literasi-keuangan-rendah-ini-tips-pilih-investasi-untuk-milenial?page=all>.
- Hadi, Ido Prijana. (2009). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, vol 3 no 1, 1-7.

- Hall, S. (2006). *Encoding/Decoding*. In M. G. Durham, & D. M. Kellner, *Media and Cultural Studies*. Blackwell Publishing.
- Hardiyansyah. (2015). *Komunikasi Pelayanan Publik: Konsep dan Aplikasi*. Penerbit Gava Media.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian (Studi Media dan Kajian Budaya)*. Prenada Media Group.
- Kemp, Simon. (2020). Digital 2020: Indonesia. Diakses 30 Januari 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.
- Kumparan TECH. (2019). Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Capai 61 Juta. Diakses 30 Januari 2021. <https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-capai-61-juta-1sVVLzdQO0T>.
- Kurniasih, Anisa. (2019). Pentingkah Peran Influencer Bagi Milenial? Yuk Simak Penjelasannya!. Diakses 12 Januari 2021. <https://www.urbanasia.com/pentingkah-peran-influencer-bagi-milenial-yuk-simak-penjelasannya-U4242>.
- Lestari, Anita. (2018). Generasi Milenial Wajib Selektif Memilih Influencer Kekinian. Diakses 12 Januari 2021. <https://m.kumparan.com/anita-lestari1515505632657/generasi-milenial-wajib-selektif-memilih-influencer-kekinian>.
- Lestari, Maya Puji dan Kusuma, Rina Sari. (2019). Hubungan Romantis Di Media Sosial (Resepsi Pengguna Terhadap Keterbukaan Hubungan Romantis Yang Diunggah Selebgram Di Instagram). *Komuniti*. Vol. 11, No. 1, Hal 28-44.
- Majid, Moch Nurcholis. (2020). Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Hoax di Media Sosial. *ETTISAL: Journal of Communication*. Vol. 5, No.2, Hal 227-237.
- Masyrafina, Idealisa. (2020). OJK: Literasi Keuangan Milenial Masih Rendah. Diakses 5 Februari 2021. <https://m.republika.co.id/amp/qkpmzl383>.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Terjemahan. Buku 2, Ed.6. Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Literasi Keuangan. Diakses 26 Mei 2021. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Diakses 26 Mei 2021. <https://www.ojk.go.id>.
- Pawaka, Dian dan Choiriyati, Wahyuni. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 1, No. 1, Hal 70-86.
- Perdana, Dionni Ditya. (2019). Reception Analysis of Related Audience by Watching “Sexy Killers” the Documentary Film. *Atlantis Press: Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. Vol. 423, Hal. 86-98.
- Prasasti, Suci dan Prakoso, Erik Teguh. (2020). Karakter Dan Perilaku Milenial: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi. *Jurnal Consila*. Vol.3, No.1, Hal 10-22.
- Purnamasari, Nurjihan Pricillia dan Tutiasri, Ririn Puspita. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video "Belanja Gak Aturan" dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby. *Jurnal Representamen*. Vol.7, No. 01, Hal. 79-91.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiharto, Shiya Azi dan Ramadhana, Maulana Rezi. (2018). Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. Vol. VIII, No. 2.
- Sugiyono, (2007), *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, Kristi Dwi Utami dan Lestari, Puji. (2017). Audience Reception Analysis Toward Political Messages In President Joko Widodo Youtube Channel. *The Indonesian Journal of Communication Studies*. Vol. 10, No. 1, Hal. 26-40.
- Wahyuno, Jusuf Ariz dan Yuwono, Ardian Indro. (2019). Reception Analysis Of Pornography In Video Game Player. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*. Vol. 4, No. 2, Hal. 137-152.
- Winoto, Yunus. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-penelitian Layanan Perpustakaan. *EduLib*. Vol. 5, No. 2, Hal. 1-14.
- Young On Top. (2020). 5 *Financial Advisor* yang Wajib Kamu Follow di Instagram!. Diakses 7 Februari 2021.

<https://www.idntimes.com/business/finance/amp/young-on-top-1/instagram-financial-advisor-c1c2>

Yushita, Amanita Novi. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*. Vol.6, No.1. Hal 11-26.

Yusuf, Muri A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Zaman, Muhamad Badru., dkk., (2023). Melek Finansial Dengan Media Sosial. *Prosiding SENANTIAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan PKM*. Vol. 4 No. 1. Hal 212-216.