

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, G. I., & Nuriaslami. (2021). Pengaruh Proses Komunikasi Pemasaran Produk Asuransi Terhadap Minat Beli Calon Nasabah Asuransi. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*
- Brian, S. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. CV. Budi Utama.
- Elizamiharti, E., & Nelfira, N. (2023). Demokrasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Partisipasi Politik. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS). Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W., & Moorhead, G. (2010). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*.
- Hakim, M. A. (2011). At-Ta'Min At-Ta'Awuni: Alternatif Asuransi Dalam Islam. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*
- Hidayat, N., Ningsih, W., Halim, U., & Agustina, A. (2023). Media Sosial sebagai Social Engineering untuk Membentuk Mindset Masyarakat dalam Penyelamatan Lingkungan Hidup. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*
- Isasih, W. D., & Ardian, J. (2022). Analisis Kesenjangan Antara Harapan Dengan Kenyataan Yang Dirasakan Peserta Posbindu. *Nutriology : Jurnal*

Pangan, Gizi, Kesehatan, 3(2), 49–56.

Juariyah. (2019). *Opini Publik Dan Propoganda*. 1–66.

[http://repository.unmuhjember.ac.id/13722/1/BUKU OPINI PUBLIK %26 PROPAGANDA pdf.pdf](http://repository.unmuhjember.ac.id/13722/1/BUKU_OPINI_PUBLIK_%26_PROPAGANDA.pdf.pdf)

Judijanto, L., Maulinda, R., Zulaika, S., Tjahyadi, I., & Suroso, S. (2023).

Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Politik Masyarakat di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*

Khoirunnisa Ghefira Yusrani, Cahya Arbitera, Putri Andini Novianti, Rossa

Shafira Nur Sabrina, Syalisa Syabil, & Ummi Rahma. (2023). Studi Literatur : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Memilih Asuransi Kesehatan. *Jurnal Medika Husada*

Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. In *Prenada Media Group*. Kencana

Kriyantono, R. (2019). *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi*. Prenadamedia Group.

Latumeirissa, J. R. (2012). *Bank dan lembaga keuangan lain*. Salemba Empat.

Loewel, S., Mulyarini, N., & Gracia Halim, A. (2024). Peran Emosi, Motivasi, dan Berpikir Kritis dalam Pengambilan Keputusan Membeli Asuransi The Role Of Emotion, Motivation, and Critical Thinking On Decision-Making in Insurance Purchases. *Mutiara: Multidiciplinary Scientifict Journal*

Mardhiah, A., ; K., Fitri, S., & Khairunnas, T. P. (2022). Persepsi Petani Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian Dalam Pengembangan Padi Varietas Ciherang Super Di Desa Krueng Alem Kecamatan Darul Makmur Kabupaten Nagan Raya. *MAHATANI: Jurnal Agribisnis*

Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan*

Sosioteknologi di Internet. Simbiosis Rekatama Media.

- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). OJK Institute: Prospek Insurtech di Indonesia. *Ojk.Go.Id*. <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1381/prospek-insurtech-di-indonesia>
- Permadi, D. D. P., & Suardi, L. (2023). Analisis Pengaruh Financial Distress Terhadap Berita Negatif Pada Perusahaan Asuransi di Indonesia. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion* (pp. 123–205)
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi* (P. R. Karya (ed.)).
- Rianto, N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Robbins, Stephen & Judge, T. (2013). *Organizational Behavior 15th Edition*.
- Rofi'ah, K. (2013). Membincang Praktik Asuransi Di Indonesia. Telaah Sosiologi Hukum. *Justicia Islamica*
- Sabrie, H. Y. (2011). Pembayaran Klaim Asuransi Jiwa Akibat Tertanggung Bunuh Diri (Pt Asuransi Jiwa Manulife Indonesia). *Yuridika*
- Sapitri, D., Rosyani, ., & Lubis, A. (2014). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Petani Terhadap Peremajaan Kelapa Sawit (Desa Suka Makmur Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi). *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*
- Silvanita, K. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Erlangga.
- Siregar, S. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama. In *Kencana*. Penerbit Kencana.

- Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*
- Stephen W. Littlejohn, Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2012). Theories of Human Communication Eleventh Edition. *Waveland Press, Inc.*, 53(95), 389.
- Sudaryono. (2014). *Teori dan Aplikasi dalam Statistik*. CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Syafrial, S., & Firdaus, F. (2022). Peran Media Sosial Terhadap Persepsi dan Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Halal di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*
- Uma Sekaran, R. B. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6 Buku 1, Cetakan Kedua. In *Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610*. Salemba Empat.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum* (5th ed.). Cv Andi Offset.
- Xu, F., & Warkentin, M. (2020). Integrating elaboration likelihood model and herd theory in information security message persuasiveness. *Computers and Security*