

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, N. (2020). *Persepsi Followers @Parentalk.id Terhadap Akun Instagram Parentalk.id Sebagai Media Informasi Parenting*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (CMC) Pola Cara Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 08(02), 275–289.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- BPS. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- CNN Indonesia. (2021). *Tips Investasi Saham bagi Pemula*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210110150827-92-591841/tips-investasi-saham-bagi-pemula>
- Dailey, & Patrick, R. (2009). *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Linkage.
- Damayanti, I. (2021). *Frisca Devi Choirina Cerdaskan Milenial Lewat Dunia Saham*. Republika. <https://www.republika.id/posts/14012/frisca-devi-choirina-cerdaskan-milenial-lewat-dunia-saham>
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2).
- Harisah, A., & Zulfitria, M. (n.d.). Persepsi Manusia Terhadap Tanda, Simbol, dan Spasial. *SMARTek*, 06(01), 29–43.
- Iman, M. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. Good News From Indonesia.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- KBBI. (2021). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Kementerian Pendidikan Dan Budaya. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Motivasi dan Persepsi Pengunjung terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 12(02).
- Kemp, S. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Hootsuite. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kompas.com. (2020). *Luhut: Generasi Milenial Agen Potensial yang Dapat Dorong Investasi*. Kompas.
<https://money.kompas.com/read/2020/12/10/194828726/luhut-generasi-milenial-agen-potensial-yang-dapat-dorong-investasi>
- Latifah, E. (2018). *Pengaruh Akun Dakwah Instagram Terhadap Sikap*

Keagamaan Siswa di SMAN 17 Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Liliweri, Al. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana.

Maulana, A. H. (2018). *Personal Branding Khofifah Indar Parawansa di Instagram*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Mc Quail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana.

Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosda Karya.

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber*. Kencana Prenada Media Group.

Onong, U. E. (2012). *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosda Karya.

Putri, A. N. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Nacifc di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacifc pada Followers Akun @nacifcofficial.id*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Reilly, F. K., & Norton, E. A. (2007). *Investments*. South-Western.

Simbolon, M. (2008). Persepsi dan Kepribadian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 02(01).

Sobur, A. (2003). *Psikolog Umum*. Pustaka Setia.

Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2016b). Metode Penelitian Kualitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Tambunan, D. (2020). Investasi Saham di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2).

Taprial, Varinder, & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Venus Publishing ApS.

Tito, B. (2021). *Awas! Penipuan Kedok Investasi Saham, Rekening Dibobol*.

CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210214083312-17-223159/awas-penipuan-kedok-investasi-saham-rekening-dibobol>

Ulya, F. N. (2021). *Investor Pemula, Hati-hati Fenomena “Pompom” Saham*. Kompas.

<https://amp.kompas.com/money/read/2021/02/27/181400126/investor-pemula-hati-hati-fenomena-pompom-saham>

Widyasari, D. (2008). *Analisis Persepsi Pelanggan terhadap Hotel Lawyen di Surakarta*. Universitas Sebelas Maret.