

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, K. (2023). *Kemampuan Komunikasi di Era Digital*. Retrieved from Codemi: <https://codemi.co.id/kemampuan-komunikasi-di-era-digital/>
- Andriani, D. (2021). PENGARUH GADGET TERHADAP BERKEMBANGNYA POLA BERPIKIR ANAK DIDIK DI SMPN 3 SIMPANG HILIR KABUPATEN KAYONG UTARA. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Vol. 10, No. 11, 1-10.
- Annur, C. M. (2023, November 24). *Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia>
- APJII. (2024, February 7). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Retrieved from APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Ardianto, K. K. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Arifin, A. (2008). *Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali Press.
- Asari, A. (2023). *Komunikasi Digital*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Ayawaila, G. R. (2008). *Dokumenter Dari Ide Sampai Produksi*. Jakarta: FFTV - IKJ.
- Berelson, B. (2007). Communication and Public Opinon. *İletişim kuram ve araştırma dergisi Sayı 24 Kış-Bahar (Jurnal Teori dan Penelitian Komunikasi Edisi 24 Musim Dingin-Musim Semi)*, 201-214.
- Blandford, S., Grant, B. K., & Hillier, J. (2000). *The Film Studies Dictionary*. Canada: Arnold Student Reference.
- Borgan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dwiantara, L. (2015). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rineka Cipta.
- Effendi, H. D. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Evita, N. (2023). Generasi Z dalam Pemilu: Pola Bermedia Generasi Z Dalam Pencarian Informasi Publik. *Electoral GOvernance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 47-66.

- Gani, P. K. (2014). Kampanye Sosial. *LSPR EDU*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ginting, R. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania.
- GMI Blogger. (2024, April 1). *YouTube Statistics 2024 (Demographics, User by Country & More)*. Retrieved from Global Media Insight: <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi realitas Politik Dalam Media Massa, Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap berita-berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Hardjana, A. M. (2016). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hosch, W. L. (2024, April 4). *YouTube - Science & Tech*. Retrieved from Britannica: <https://www.britannica.com/topic/YouTube>
- Jerry Indrawan, G. K. (2021). Sosialisasi Dampak Opini Publik yang Dihasilkan Media Massa Terhadap Pengajar Paud Srikandi, Lubang Buaya, Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 1, No. 2*, 44-50.
- Krosnick, J. A. (2009). Is Political Psychology Sufficiently Psychological? Distinguishing Political Psychology from Psychological Political Science. *Thinking about Political Psychology*, 187-216.
- Lewis, B. (2010). Social Media and Strategic Communication Attitudes and Preceptions Among College Students. *International Journal of Public Relation Society of America*.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moore, F. (2005). *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah M.Si, D. R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Natasya, M. (2021). Gender, Konsumsi Berita COVID-19 dan News Fatigue di Jakarta. *Kajian Jurnalisme*, 3.
- Olli, D. H. (2011). *Opini Publik Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Permata Puri Media.
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sikula, A. E. (2017). *Komunikasi Bisnis*. Surakarta: Erlangga.

- Soemirat, S. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Statistik, B. P. (2024, February 28). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Indonesia: <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/c1bacde03256343b2bf769b0/statistik-indonesia-2024.html>
- Sudrajat, T. (2022). Efek Media Massa dalam Pembentukan Opini Publik di Masa Pandemi Covid-19. *SNISTEK 4*, 519-524.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. (2016). *Komunikasi Bisnis Peran Komunikasi Interpersonal dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Jurnal Society*, 15-22
- Wulandari, T. (2017). Internet Dalam Kajian Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Common 1(1)*: <https://doi.org/10.34010/common.v1i1.243>