

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, I. W., & Zaini, I. (2021). Analisis karakteristik gambar ilustrasi Dwiky K.A pada poster konser musik periode 2015-2020. *Jurnal Seni Rupa*, 9(3), 38–52. <http://e/journal.unesa.ac.id/index.php/va>
- Ali, M. Y., Damayanti, N., Agung, N., & Ardoyo, W. (2023). Kampanye media sosial tiktok @Pandawaragroup dalam meningkatkan kesadaran masyarakat menjaga kebersihan lingkungan. *Jurnal Cyber PR*, 3(2), 96.
- Amalyah, A., Aziz, F., Ilma, R., & Ferdiana, R. (2024). *Penurunan budaya literasi dan penggunaan bahasa Indonesia di era globalisasi pada generasi z*. 7.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Layout* (2nd ed.). AVA Pub. SA.
- Aritonang, L., & Wirawan, I. F. (2024). Tinjauan pemilihan warna pada unit 1 BR C di The Reiz Condo dengan tema modern kontemporer. *Jurnal Sains Dan Teknologi ISTP*, 22(01).
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik generasi z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.
- Asiah, N., & Mulyani, Y. S. (2020). *Pengaruh laba akuntansi dan arus kas operasi terhadap harga saham*. 5, 2020.
- Bintang Nurijadi, Novida Irawan, & Yeni Yustianingsih. (2024). Kampanye public relations dalam mensosialisasikan penyalahgunaan narkoba. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 99–113. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2473>
- Bowdery, R. (2019). *Copywriting*. Bloomsbury Publishing.
- Christiaan, P., & Abdulkarim, R. (2021). *Pengaruh price earning ratio dan price book value terhadap harga saham pada sub sektor semen yang go public di Bursa Efek Indonesia*. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen>
- Devi, A. S., Hotimah, K., Sakha, R., Karimullah, A., & Anshori, M. I. (2022). *Mewawancarai kandidat: strategi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas*. 2(2), 66–78. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i2>
- Dharma, B., Winda Atila, C., & Damayanti Nasution, A. (2023). Mengapa PBV (price book value) penting dalam Penilaian Saham. *Jumek : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1).

- Diah Indriyaningrum, H., Qolby Tobba, M.-H., & Wuryandari, L. (2022). *Efektivitas penggunaan media visual dalam pembelajaran bahasa Inggris di sekolah menengah pertama*. 2(2).
- Dziaa, M., Haq, ul, Sigi Prameswari Jurusan Seni Rupa, N., Bahasa dan Seni, F., & Negeri Semarang, U. (2023). Design of Syaqla cake Kaliwungu Kendal promotional media using the promotional mix concept. *Arty*, 12(2), 2023. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/art>
- Fadly, S. (2021, March 31). *Aktivitas pasar modal Indonesia di era pandemi*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-kupang/baca-artikel/13817/Aktivitas-Pasar-Modal-Indonesia-Di-Era-Pandemi.html>
- Farhan Hanif Effendi, M., Gelar Guntara, R., & Sarah Maesaroh, S. (2024). Perancangan pedoman foto produk kuliner menggunakan metode design thinking. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5).
- Febby Rahmawati, & Rosita Rosita. (2023). Faktor – faktor yang mempengaruhi minat investasi generasi z mahasiswa STIE Surakarta di pasar modal. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 119–135. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i3.963>
- Gunadi, N. L., & WIdyatama, J. (2021). Perhitungan sebagai seorang investor saham atas besaran pajak yang harus dibayarkan kepada negara. *JURNAL LOCUS DELICTI*, 2(1). <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/JLD>
- Hakim Nasution, F., Syahrani Jailani, M., & Junaidi, R. (2024). Kombinasi (mixed-methods) dalam praktis penelitian ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 251–256. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>
- Hanifah, K. P., Sumartias, S., & Dewi, R. (2022). Pemanfaatan media sosial disarbud dalam promosi destinasi wisata kabupaten Majalengka. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 33–44. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.110>
- Hanum Pertiwi, A., & Panuntun, B. (2023). *Pengaruh herding behavior, cognitive bias, dan overconfidence bias terhadap keputusan investasi*. 02(03), 112–129. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Humas Tel-U Surabaya. (2024, May 6). *Investasi saham: mengapa penting dalam perencanaan keuangan anda?* <https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/investasi-saham-mengapa-penting-dalam-perencanaan-keuangan-anda/>
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>

- Kamil, R., & Laksmi. (2023). *Generasi z, pustakawan dan vita activa kepastakawanan*. <https://doi.org/10.55981/j.baca.2023.1119>
- Kartini, T., & Mashudi, U. (2022). *Literasi keuangan (financial literacy) mahasiswa indekos calon pendidik ekonomi FKIP Universitas Jember*. 10.
- Kasingku, J. D., & Mantow, A. (2022). Hubungan antara status sosial ekonomi dengan pembentukan karakter siswa kelas XI sekolah menengah atas Unklab. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 1989. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.1989-2002.2022>
- Lahandi Baskoro, M. (2020). *Penggunaan PESO model dalam perancangan strategi online marketing untuk program studi desain komunikasi visual*. 3, 45–50. <http://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/>
- Landa, R. (2010). *Advertising by design* (2nd ed.). Cengage.
- Landa, R. (2019). *Graphic design solutions* (6th ed.). Cengage.
- Lian Seventeen, W., & Shinta, S. D. (2021). "Pengaruh economic value added dan return on equity (ROE) terhadap harga saham pada perusahaan investasi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019.
- Listiawati, R., & Damayanti, K. (2024). *Pengaruh literasi pasar modal, inklusi pasar modal dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi saham generasi z di pasar modal (studi kasus pada generasi z usia 20-26 tahun di 2024)*. 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.53067/ijebe.v4i3.193>
- Mandala, P. W., Wahyu, M. A., Atmadja, A. T. (2019) Determinasi trader dalam pengambilan keputusan analisis trading di pasar valas. *Jurnal ilmiah mahasiswa akuntansi*, 10(1), 162. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/20557>
- Madyatmadja, E. D., Nuramalia, A. N., Kusumawati, L., Jamil, S. P., & Kusumawardhana, W. (2021). Data visualization of internet usage in the JABODETABEK area. *Infotech: Journal of Technology Information*, 7(1), 55–62. <https://doi.org/10.37365/jti.v7i1.108>
- Male, A. (2021). *Illustration a theoretical & contextual perspective* (2nd ed.). Illustration - Male.epub
- Maria Florensa, Andreas Rengga, & Konstantinus Pati Sanga. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(4), 210–234. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i4.3339>

- Mayasari, F., Jupendri, Salsabila, F., & Nurrahmi. (2023). Pemanfaatan komunikasi dalam dunia digital melalui pelatihan teknik fotografi dan videografi. *Communnity Development Journal*, 4(6).
- Nafisha Saadah, N., Yusuf, I., & Budiman, A. (2023). *Analisis pemasaran digital menggunakan model AISAS pada produk semakin peka*. 7(2), 2023.
- Nugroho, F., & Asruddin. (2022). *Pelatihan penggunaan copywriting bagi komunitas Kubependa Rawalumbu Bekasi*. 2.
- Oktavia, L., & Putri, S. H. (2020). *Menciptakan kemandirian ekonomi kompetitif digitalisasi dalam Online Travel Agent (OTA)*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024, November 6). *Siaran pers sersama: LIKE-IT! ajak generasi muda berinvestasi menuju masa depan cerah*.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan media big book untuk menumbuhkan minat membaca di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- PYMNTS. (2024, October 14). *79% of millennials and gen z turn to social media for financial advice*.
- Rashida, E., Tsabitah, A., & Kusumandyoko, T. C. (2024). Analisis prinsip layout Tom Lichty pada feed Instagram Wardah. *Jurnal Barik*, 6(2), 159–173.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Rega Wahyuni, T. E., & Frila Maulidya, C. (n.d.). Analisis komposisi fotografi pada foto “landscape” karya Nadav Kander. *UNIVERSITAS NUSA PUTRA*, 4, 21–29.
- Rizky Ramadhan, R., Solahudin, D., & Anugrah, D. (2023). Strategi kampanye public relations pada program Rebo Nyunda di kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 7(3), 285–306.
<https://doi.org/10.15575/reputation.vxix.xxxx>
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*.
- Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2022). *Mengantisipasi gejala fear of missing out (FOMO) terhadap dampak social global 4.0 dan 5.0 melalui subjective weel-being dan joy of missing out (JOMO) Taswiyah*.
<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAWARA/index>

Vilantika, E., & Santoso, R. A. (2024). Peningkatan literasi keuangan gen z untuk membangun generasi cerdas finansial. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30587/jpm.v4i1.8133>

Weda, W., Dewi, A., & Syauki, W. R. (2022). *Pesan kampanye non-goverment organization terhadap permasalahan sampah plastik.*



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA