

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halik. 2013. Komunikasi Massa. Makassar: Alauddin University Press.
- Akbar, Ali. 2018. Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Annur, C. M. (2023, February 28). Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada Awal 2023. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Astari, Kiki. 2021. *PENGARUH VIDEO #MATANAJWAMENANTITERAWAN DI YOUTUBE TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA TENTANG MENTERI KESEHATAN TERAWAN AGUS PUTRANTO (Survei pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Lampung)*. Skripsi. Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Awaludin, A. (2022). Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk dalam Program Acara Mata Najwa Episode Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta. *OMNICOM Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 15–28.
- Bimo Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset
- Dahlan, U. A. (2016). E-Learning Dalam Persepsi Mahasiswa. 102–109.
- Berger, C. R., & Chaffee, S. H. (1983). *Handbook Communication Science*. Sage Publication.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2019). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3735>
- Chandra, E. (2017). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 406. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas

- Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363.
<https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- Ding, N., Pan, X., Luo, C., Su, N., Zhang, W., & Zhang, J. (2018). Attention is required for knowledge-based sequential grouping: insights from the integration of syllables into words. *Journal of Neuroscience*, 38(5), 1178-1188.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. KARISMA.
- Dominick, J. R. (2000). *The Dynamics of Mass Communication*. Random House.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Elvirahayu. 2022. *PERSEPSI MAHASISWA JURNALISTIK UIN ALAUDDIN MAKASSAR DALAM PROGRAM TALKSHOW "MATA NAJWA SETOP CORONA TRANS7"*. Skripsi. UIN Alauddin Makassar.
- Feriyansyah, M. 2019. *PENGARUH PROGRAM TAYANGAN MATA NAJWA TRANS7 TERHADAP PENINGKATAN LITERASI INFORMASI MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajawali Pers.
- Gani, A. G. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet Di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(Cmc), 68–71.
- Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Harisah, A., & Masiming, Z. (2008). Persepsi manusia terhadap tanda, simbol, dan spasial. *SMARTek*, 6(1).
- Hardjana, A. M. (2016). *Ilmu Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Pernadamedia.
- Islam, S. A., & Mutrofin. (2023). Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap Program Dakwah Shihab & Shihab. *06(01)*, 1–17.
- Jalaludin Rakhmat. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

- Karyaningsih, Dewi, Ponco. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Kustiawan, W., Nasution, A., Sari, D. P., Simbolon, J., Mulyani, S., & Wisfa, W. (2022). Radio Sebagai Proses Komunikasi Massa. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 2(3), 78-84.
- Mukarom Z. 2020. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung : UIN Sunan Gunung Jati Bandung. ISBN : 978-623-6524-01-5.
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja. Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurfadillah. 2016. *PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR PADA SIARAN TALKSHOW MATA NAJWA DI METRO TV*. Skripsi. UIN Alauddin Makassar.
- Nurlianiati, M. S., Hadi, P. K., & Meikayanti, E. A. (2019). Campur Kode Dan Alih Kode Dalam Video Youtube Bayu Skak. *Widyabastra : Jurnal Ilmiah Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/widyabastra.v7i1.4530>
- Platt, B., Waters, A. M., Schulte-Koerne, G., Engelmann, L., & Salemink, E. (2017). A review of cognitive biases in youth depression: attention, interpretation and memory. *Cognition and Emotion*, 31(3), 462-483.
- Putri, N. S., & Pramonojati, T. A. (2021). Persepsi Mahasiswa Kota Bandung Pada Tayangan Youtube Najwa Shihab Edisi# matanajwamenantiterawan (studi Analisis Resepsi). *EProceedings* <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15007%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/15007/14907>

- Qiu, H., Wang, X., Wu, M. Y., Wei, W., Morrison, A. M., & Kelly, C. (2023). The effect of destination source credibility on tourist environmentally responsible behavior: An application of stimulus-organism-response theory. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(8), 1797-1817.
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi dakwah melalui media sosial. Tatar Pasundan: *Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 121-133.
- Ross, R. S. (1977). *Speech Communication: Fundamentals and Practice*. Prentice-Hall.
- Santoso, Aris. 2016. *PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PROGRAM TALKSHOW MATA NAJWA DI METRO TV (Study Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS Terhadap Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Reserach Methods for Bussiness A Skill-Bulding Approach. *Printer Trento Srl*, 1-447.
- Seller, W. J. (2007). *Communication: Making Connections* (7th Edition). Routledge.
- Simamora, B. (2008). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Seller, W. J. (2007). *Communication: Making Connections* (7th Edition). Routledge.
- Septiasmara, D., Aliasana, & Marianti, L. (2023). Analisis Profesionalisme News Anchor Najwa Shihab dalam Menarik Minat Menonton. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 20-27. <https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/article/view/7>
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313-323. <https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>
- Snelson, C. (2011). YouTube across the disciplines: A review of the literature. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*.

- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tufekci, Z. (2018). YouTube, the great radicalizer. *The New York Times*, 10(3), 2018.
- Utami, F. T., & Zanah, M. (2021). YouTube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinestesia*, 11(1), 78-84.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil manfaat media sosial dalam pengembangan layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23-30.
- Zhai, X., Wang, M., & Ghani, U. (2020). The SOR (stimulus-organism-response) paradigm in online learning: an empirical study of students' knowledge hiding perceptions. *Interactive Learning Environments*, 28(5), 586-601.
- Zhu, L., Li, H., Wang, F. K., He, W., & Tian, Z. (2020). How online reviews affect purchase intention: a new model based on the stimulus-organism-response (S-O-R) framework. *Aslib Journal of Information Management*, 72(4), 463-