

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, November 23). *Data media sosial yang banyak digunakan di Indonesia*. Databoks.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>
- Arif, M. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#:~:text=Bisnis.com%20JAKARTA%20%2D%20Survei,yang%20sebesar%2075.773.901%20jiwa>.
- Barnard, M. (2002). *Fashion as Communication* (Second Edition). Routledge.
- Barton, T. (2018). *InstaStyle (Curate Your Life, Create Stunning Photos, Elevate Your Instagram Influence* (1st ed.). Dorling Kindersley Limited.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *JURNAL FOKUS KONSELING*, 3(2), 95.  
<https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Creswell, J. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. (11th ed., Vol. 2). SAGE Publications, inc.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Riset*. Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. (4th ed). Pustaka Pelajar.
- Dijk, J. V. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* (1st ed.). Oxford University.
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media, Ed.; 1st ed.). Qiara Media.
- Fransisca, & Hari, Y. (2016). *Pengaruh kampanye digital Pond's white beauty 'cahaya cantik Raisa' terhadap brand engagement*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Hine. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publication LTD.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan* (Edisi Pertama). Prenadamedia Group.
- Jatmika, S. (2009). *Urip mung mampir ngguyu: telaah sosiologis folklor Jogja*. Kanisius.

- Kemp, S. (2023, February 9). *DIGITAL 2023: INDONESIA*. Data Reportal.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia?rq=indonesia%202022>
- Lestari, S. (2018). Kampanye Konvensional VS Kampanye Medsos. *Jurnal Asia*.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)* (N. S. Nurbaya, Ed.; Vol. 1). Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2022). *Etnografi Virtual* (S. N. Nurbaya, Ed.; Cetakan Kelima). Simbiosis Rekatama Media.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion* (6th ed.). Routledge.
- Pratama, I. P. A. E. (2020). *Social Media dan Social Network* (Vol. 1). Informatika Bandung.
- Putro, Z. K. (2017). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1).
- Ristya, A. (2021, February 23). #BERKAINBERSAMA, GEN Z MOVEMENT UNTUK LEBIH CINTAI BUDAYA SENDIRI. *Praxis*.
- Santiyuda, P. C., Luh, N., Purnawan, R., Ras, N. M., & Gelgel, A. (2022). KAMPANYE #BERKAINGEMBIRA DALAM MEMBANGUN KESADARAN GENERASI Z AKAN BUDAYA BERKAIN.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/86149>
- Sari, M. (2020). *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA*. 41.
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). *Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi Digital Marketing Communication as a technology challenge* (Vol. 1). [www.amazara.co.id](http://www.amazara.co.id),
- Serafinelli, E. (2018). *Digital Life On Instagram (New Social Communication Of Photography)* (1st ed.). Emerald Publishing Limited.
- Shavira, P. A. (2020). ANTROPOMORFISME BRAND: KAMPANYE DIGITAL PENCEGAHAN COVID-19 OLEH TRAVELOKA. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the Worlds Most Innovative Advertising Agency*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

- Thio, A. (1989). *Sociology: An introduction* (2nd ed.). Harper & Row.
- Trisnawati, T. Y. (2011). *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi: Vol. III* (Issue 1). <http://nugraheniika.blogspot.com>
- Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, A., & Soenandar, R. K. (2012). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik* (2nd ed.). Simbiosis.
- Venus, A., & Soenandar, R. K. (2019). *Manajemen kampanye : Panduan teoretis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi publik* (2nd ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Xu, Z., Fu, Y., Mao, J., & Su, D. (2006). *Towards the Semantic Web: Collaborative Tag Suggestions*.