

## DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Enam Puluh Satu Tanya Jawab Mengenai Jilbab*. 1–23.
- Alexander, J. L. (2021). *The Circular Model of Some in Instagram Management ( Case Study : Forum Human Capital Indonesia ) The Circular Model of Some in Instagram Management ( Case Study : Forum Human Capital Indonesia )*. 10(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.13882>
- Anggriawan, B. (2013). Analisis Perencanaan Kreatif 8-11 Show Metro TV Sebagai Program Acara Variety Show Berita Pertama di Indonesia. *Digilib.Esaunggul*, 66–83. <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-3499-babIII.pdf>
- Azzahra, S. N. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Pada Aktivitas Digital Public Relations Dalam Meningkatkan Citra DPRD Provinsi Riau*. 19–27. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/16895>
- Bagas Ilham Lucyantoro, & Moch. Rizaldy Rachmansyah. (2022). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING, TEORI ANTRIAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 38–57. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v1i3.44>
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and Teacher Education*, 96, 103149. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>
- Damayanti, E., & Pamungkas, Indra, Novianto, A. (2018). Konten Digital Marketing Melalui Instagram Warteg Hipster Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Digital Marketing Content Through Warteg Hipster Instagram As Efforts To Build Brand Awareness. *Jurnal Telekomunikasi Elektro Komputasi & Informatika*, 5(1), 1333. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/6214/6193>
- Darmayasa, N., Aneswari, Y. R., Bali, P. N., Kampus, J., Jimbaran, B., & Selatan, K. (2015). PARADIGMA INTERPRETIF PADA PENELITIAN AKUNTANSI INDONESIA. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, 6(59), 350–361.
- Delvianti. (2023). Analisis Pengelolaan Dan Pertanggungjawaban Aset Tetap Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 Di Kelurahan Pulo Gebang. *Skripsi*, 3, 31–35. <http://repository.stei.ac.id/11095/>
- Efferin, S. (2010). TRIANGULASI DALAM PENELITIAN KUALITATIF INTERPRETIF DI BIDANG AKUNTANSI Seni Mengelola Keterbatasan. In *Prosiding Kolokium dan Seminar Nasional Program M.Si dan Doktor Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universita Gadjah Mada Yogyakarta* (p. 7).
- Gardner, E. S. (1960). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. 5, 63–65.
- Hanifa, A. N. (2021). *PENGELOLAAN DIGITAL PUBLIC RELATIONS DISPORA KOTA BANDUNG DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI MELALUI INSTAGRAM @dispора\_bdg*. 20–37.
- Hanifa, N. (2002). *PENGELOLAAN DIGITAL PUBLIC RELATIONS MELALUI MEDIA INTERNAL TABLOID KONTAK (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Kereta Api Indonesia (Persero))*. Oxford University Press, 649.
- Hendrawati. (2017). TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PENGAJARAN. *Jurnal Akuntansi*, 11, 41–67.

- Hermawan, D. (2021). Issue 1 Article 5 Recommended Citation Recommended Citation Hermawan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(1).
- Heryana, A. (2018). Pengertian Informasi 1. *Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif*, 14. eprints.polsri.ac.id
- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2018). *DAMPAK KOMUNIKASI DAN PERUBAHAN SOSIAL BAGI PENGGUNA INSTAGRAM*. 3(2), 91–102.
- Karakavak, Z., & Özbölük, T. (2023). When modesty meets fashion: how social media and influencers change the meaning of hijab. *Journal of Islamic Marketing*, 14(11), 2907–2927. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0152>
- Maritska, Z., Prananjaya, A. B., Nabila, S. P., & Parisa, N. (2023). Media Sosial (Instagram Live) bagi Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19. *Wal'afiat Hospital Journal*, 04(01), 13–22. <https://whj.umi.ac.id/index.php/whj/issue/archive>
- Nasution A. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11–18.
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi dalam media komunikasi massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR,"* 2(2), 77–95.
- Nurdianik, Y., Attas, S. G., & Anwar, M. K. (2022). Hijab: Antara Tren dan Syariat di Era Kontemporer. *Indonesian Journal of Social Science Review*, 1(1), 11–20.
- Pengelolaan Media Sosial Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam Diseminasi Informasi*. (2009). 1–16.
- Purnia, D. S. (2020). Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website. *Medan, Restu Printing Indonesia, Hal.57, 21(1), 33–54.* <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 11(1), 1–14.* [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Rona, N. M., Sufa, S. A., & Ratnasari, E. (2022). Aktivitas Digital Public Relations Dalam Akun Instagram @Ortuseight. *Medium, 10(1), 69–83.* [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9149](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9149)
- Saldina, I., & Anjarsari, N. (2022). Penerapan Digital Marketing Di Instagram Dalam Meningkatkan Pemasaran Pada Toko Kue Nak Mbarep Di Kapatihan Tulungagung. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi UNITA, 2(2), 106–115.*
- Saleh, S. (2017). Analisis Data Kualitatif. *Analisis Data Kualitatif, 1, 180.* <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sandro. (2022). *Pengaruh Brand Awareness Dan DigitalMarketing Terhadap Purchase Intention ChickenInc Puri Park.* 13–33.
- Sesriyani. (2019). *Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Lodya Sesriyani 1), Nur Najibah Sukmawati 2).* 5(1), 9.
- Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil. *Asian Journal Of Entrepreneurship and Family Business, 1(2), 77–84.*

- Sony, J. H. (2024). *ANALISIS STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMPERTAHKAN BRAND AWARENESS PADA DOTATO DONAT KAMPUNG (Studi Kasus pada Instagram Dotato )*. 13(September), 1513–1525. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1199>
- Syarifudin, A., & Ummah, K. C. (2023). The representation of female beauty in the Instagram pageant lovers. *Digital Theory, Culture & Society*, 1(1), 39–52. <https://doi.org/10.61126/dtcs.v1i1.8>
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 3, Issue 17). [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Umanailo, M. C. B. (2020). Paradigma Konstruktivis. *Metodologi Penelitian, October*, 1–5.
- Ummah, M. S. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SYSTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SYSTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Wahyudiputra, R. F. P., & Setiawati, S. D. (2023). Mempertahankan Brand Awareness PT. Indomarco Prismatama Melalui Media Sosial Instagram (@ Indomaret). *EProceedings ...*, 10(1), 461–467.
- Yulcin, M. (2020). Jilbab Sebagai Gaya Hidup Wanita Modern di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, 13(3), 1–14.
- Yuniati, U. (2021). Metode Penulisan Laporan KKP. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Darmayasa, I. N., & Aneswari, Y. R. (2015). Paradigma interpretif pada penelitian akuntansi Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3), 350-361.
- Maritska, Z., Prananjaya, B. A., Nabila, S. P., & Parisa, N. (2023). Promosi Kesehatan Jiwa Berbasis Media Sosial (Instagram Live) Bagi Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19. *Wal'afiat Hospital Journal*, 4(1), 13-22.
- Muslim, M. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 1(10).
- Adiwiastara, M. F., Muhajir, H., & Supriadi, D. (2020). Pengukuran kesenjangan digital menggunakan metode deskriptif berbasis website. *Evolusi: Jurnal sains dan manajemen*, 8(2).