

DAFTAR PUSTAKA

- 8 Jenis Konten Untuk Online Marketing. (2022). *BPMPP UMA*.
<https://bpmpp.uma.ac.id/2022/05/20/8-jenis-konten-untuk-online-marketing/>
- Abdi, H. (2021). Kredibilitas adalah Kualitas untuk Menimbulkan Kepercayaan, Kenali Komponennya. *Liputan6.Com*.
<https://www.liputan6.com/hot/read/4684586/kredibilitas-adalah-kualitas-untuk-menimbulkan-kepercayaan-kenali-komponennya>
- Adrianto, R., Comunication, P. A., Tinggi, S., & Komunikasi, I. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *2021*, 57–63.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). *Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber, dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial*. 5(2), 146–150.
- Aliffianda, A., & Yusanto, F. (2022). *Representasi Budaya Indonesia Dalam Film “Raya and The Last Dragon.”* 10(3).
- Alisty, D. N. (2021). *Pengertian New Media dan Manfaatnya*. PerpustakaanBSN.
<https://perpustakaan.bsn.go.id/index.php?p=news&id=1673>
- Aliya, T. P., Najmi, N. S., Aurelia, A. T. R., & Apsarini, F. A. (2023). Observation Of AI Text To Image Usage On The Credibility Of Visual Artworks. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 7(2), 387–407.
<https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i2.1270>
- Angelica, C., A, F. A., & Tercia, C. Y. (2020). *Studi Hubungan Kredibilitas Influencer , Parasosial , Nilai Merek , dan Niat Pembelian Produk Kosmetik*. 2.
- Anshori, S., & Restuningdiah, N. (2024). *The Influence of Investors ’ Perceptions of Stock Influencer Credibility on Herding Behavior With Financial Literacy as a Moderating Variable*. 3(1), 199–210.
- Apa itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Cara Kerjanya*. (2023). CNN Indonesia.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230627101306-104-966972/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya>
- Ariasih, M. P., & Putra, I. P. D. S. S. (2022). *Analisis Pengaruh Marketing Influencer Tiktok Terhadap Keinginan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok*. 01(01).
- Arti Follow di Media Sosial dan Berbagai Fitur Lainnya. (2023). *Kumparan.Com*.
<https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/arti-follow-di-media-sosial-dan-berbagai-fitur-lainnya-20jAKUlgAcO>
- Assyakurrohim, D., Ikhram, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*. 3(1), 1–9.
- Atillah, R., & Gischa, S. (2023). Pengertian Kebudayaan Menurut Ahli, Fungsi, dan Ciri-cirinya. *Kompas.Com*.
- Aulianshah, K. A. (2024). *Tinjauan dan Respons Kreatif terhadap Penggunaan AI dalam Ilustrasi Media Promosi dan Dampak yang Ditimbulkannya*.

- Aurellia, A. (2023). Budaya Adalah Identitas Masyarakat, Kenali Ciri dan Contohnya. *Detikbali*.
- Azis, A. (2021). *Tari Simo Gringsing, Sebuah Upaya Melestarikan Kearifan Lokal Sebagai Media Pembelajaran Seni Tari di Kabupaten Batang*. 1(1), 69–83.
- Balaban, D. (2019). *Maria MUSTĂBEA ** Users ' Perspective on the Credibility of Social Media Influencers in Romania and Germany*. 21(1), 31–46.
- Barokah, S., Mustofa, D., & Rahmadani, P. P. (2021). *Kredibilitas Celebrity Endorser dan Minat Beli Penggemar Raffi Ahmad dan Nagita Slavina Terhadap Skincare MS Glow*. 4(3), 511–520.
- Bestari, N. P. (2024). Instagram Mulai Ditinggal, Orang Ramai Pindah ke Aplikasi Penggantinya. *CNBC Indonesia*.
- Cahyadi, D. (2020). *Persoalan Estetika Dalam Pendidikan Seni: Kreativitas Dalam Aplikasi Teori Estetika*.
- Casaló, L. V, Flavián, C., & Ibáñez-sánchez, S. (2020). *In fluencers on Instagram : Antecedents and consequences of opinion leadership*. 117(October 2017), 510–519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Cla. (2021). Wayan “Apel” Hendrawan Pamerkan Karya Lukis Bernuansa Spiritualis Bali. *NusaBali.Com*. <https://www.nusabali.com/berita/89037/wayan-apel-hendrawan-pamerkan-karya-lukis-bernuansa-spiritualis-bali>
- Dampak Positif dari Potensi Keragaman Budaya Indonesia. (2023). *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/kabar-harian/dampak-positif-dari-potensi-keragaman-budaya-indonesia-1xBxgSn0D5P/full>
- Darmalaksana, W. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan*. 1–6.
- Dausat, M. R. J., & Muthohar, M. (2024). Pengaruh Dimensi Kredibilitas Influencer : Attractiveness , Trustworthiness Dan Expertise Terhadap Niat Membeli Pada Produk " Safi-Skincare ". *Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1).
- Ediwan, I. N. T., Artawa, K., Satyawati, M. S., & Aryawibawa, I. N. (2024). Functional Discourses and Linguistic Contestation in the Public Signs of Sanur, Bali. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 7, 129–147. <https://doi.org/10.32996/ijllt>
- Fadilla, A. R., Wulandari, P. A., Bahasa, F., & Yogyakarta, U. N. (2023). *Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data*. 1(3), 34–46.
- Febriani, T., Rahmanto, A. N., & IN, A. M. (2022). *Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer (SMI) terhadap Kesadaran Merek Produk Pangan Olahan: Studi pada Produk Beras “Fortivit” Perum BULOG*. 233–248.
- Firosya, B. H. (2023a). Memahami Pengertian Budaya Menurut Berbagai Ahli. *DetikEdu*.
- Firosya, B. H. (2023b). Mengenal Karya Seni Rupa, Seni Musik, dan Seni Tari. *DetikEdu*.

- Geograf. (2023). Pengertian Seni Budaya: Definisi dan Penjelasan Lengkap Menurut Ahli. *Geograf.Id*. <https://geograf.id/jelaskan/pengertian-seni-budaya/>
- Hovland, C., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies Of Opinion Change*.
- Idris, M. (2022). Apa Itu Influencer: Pengertian, Jenis, dan Cara Kerjanya. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2022/08/25/152429226/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya?page=all>
- Ihsan, I. (2023). *Penggunaan Teknologi "AI" Jadi Kontroversi, Seniman Digital Indonesia: Sesuatu yang Tak Bisa Dihindari*. Voaindonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/penggunaan-teknologi-ai-jadi-kontroversi-seniman-digital-indonesia-sesuatu-yang-tak-bisa-dihindari/7071147.html>
- Indrajaya, N. (2023). Seniman Denpasar Melukis Pakai Abu Vulkanik Gunung Semeru. *Detikbali*. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6589937/seniman-denpasar-melukis-pakai-abu-vulkanik-gunung-semeru>
- Ira, L. (2023). *Mengenal Apa Itu Influencer, Jenis, dan Perannya*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1766780/mengenal-apa-itu-influencer-jenis-dan-perannya>
- Isalman, Ilyas, Istanandar, F. R., & Sahdarullah. (2023). Peran kredibilitas influencer lokal di instagram terhadap persepsi kualitas dan minat beli konsumen milenial. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 9(1), 91–106. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v9i1.6205>
- Isnanto, B. A. (2022). Kebudayaan Bali: Keberagaman dan Ciri Khasnya. *Detikbali*. <https://www.detik.com/bali/budaya/d-6392476/kebudayaan-bali-keberagaman-dan-ciri-khasnya>
- Istiqomah, L. G., & Sabardilla, A. (2024). *Kohesi Gramatikal dan Leksikal pada Caption Instagram @ hariankompas dan Relevansinya dengan Pembelajaran Teks Berita di SMA*. 9(2), 71–83.
- Kaharmudzakir, I., & Qudsi, M. I. El. (2022). *Pengaruh Konten Instagram @ interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi*. 5, 127–140.
- Karim, M. S., & Setiawan, K. (2024). *Pengaruh Kredibilitas Sumber Konten Youtube Kegiatan Santri Terhadap Relevansi Minat Untuk Subscribe*. 3, 620–631.
- Karya Seni Lukis yang Terkenal di Indonesia: Menggali Pesona Lukisan Romantisme*. (2024). Pabloartpaints.Com. <https://pabloartpaints.com/karya-seni-lukis-yang-terkenal-di-indonesia-menggali-pesona-lukisan-romantisme/>
- Kurniawan, A., & Hidayatullah, R. (2016). *Estetika Seni*. [http://repository.lppm.unila.ac.id/39095/1/aproval-ESTETIKA SENI.pdf](http://repository.lppm.unila.ac.id/39095/1/aproval-ESTETIKA%20SENI.pdf)
- Kurniawati. (2020). Seniman Harus Miliki Ciri Khas Dan Percaya Diri. *Beritamagelang.Id*.
- Lubis, N. A. (2023). *Peran Kreativitas Budaya Dalam Pembangunan Masyarakat: Perspektif Sosial Dan Seni*. 1–11.

- Macam-macam penggolongan orang suci dalam agama Hindu. (2023). *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/berita-terkini/macam-macam-penggolongan-orang-suci-dalam-agama-hindu-21nFsFI1nxq>
- Madonna, M. (2022). *Popularitas, Kompetensi dan Perilaku sebagai Indikator Kredibilitas*. 5(01), 72–80.
- Makka, S. A. (2023). Pengertian Seni Menurut Para Ahli serta Definisinya. *DetikEdu*.
- Manurung, R. U., & Rohmiyati, Y. (2019). *Kontribusi Arsip Seni Bagi Pengembangan Profesi Seniman di Indonesia Visual Art Archive (IVAA) Yogyakarta*. 8.
- Mengenal Jenis Karya Seni Rupa dan Contohnya. (2022). *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20221115101357-569-873833/mengenal-jenis-karya-seni-rupa-dan-contohnya>
- Milenia, S. (2023). Jumlah Followers dan Engagement Penting Bagi Influencer untuk Mempromosikan Brand. *Kompas.Tv*.
- Mudana, I. W. (2011). Karakter Sebuah Lukisan. *ISI Denpasar*. <https://isi-dps.ac.id/karakter-sebuah-lukisan/>
- Nalio, O. E., Octavianti, M., & Nurfadila, F. (2024). *Kredibilitas Beauty Influencer Dalam Membentuk Minat Beli Followers*. 3(2), 84–102.
- Namah, J. E. (2020). Resistensi simbolik tenun korkase pada masyarakat amarasi. *Analisa Sosiologi*, 153–168.
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). In *Umsida Press* (p. 21).
- Nurchayani, I. (2020). Akuisisi Instagram oleh Facebook diungkit lagi, berpotensi monopoli. *Antaraneews.Com*. <https://www.antaraneews.com/berita/1771129/akuisisi-instagram-oleh-facebook-diungkit-lagi-berpotensi-monopoli>
- Nurchayanti, D. (2023). *Mimesis : Aplikasi Pendeteksi Kemiripan Visual Berbasis Kecerdasan Buatan*. 2.
- Oktyandito, Y. W. (2024). 20 Aliran Seni Lukis beserta Ciri-Ciri dan Contoh Karyanya. *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/men/attitude/yogama-wisnu-oktyandito/aliran-seni-lukis-ciri-ciri-dan-contoh-karyanya>
- Pujiati. (2024). *Kerangka Penelitian dan Tata Cara Membuatnya*. Penerbitdeepublish.Com. <https://penerbitdeepublish.com/kerangka-penelitian/>
- Putri, A. S. (2020). Potensi Budaya Indonesia dan Upaya Pemanfaatannya. *Kompas.Com*.
- Putri, V. K. M. (2022). Ethos, Logos, dan Pathos dalam Teori Retorika Aristoteles. *Kompas.Com*.
- Putri, V. K. M. (2023). 5 Pengertian Kredibilitas Menurut Ahli. *Kompas.Com*.

- Putri, V. K. M. (2024). Paradigma Konstruktivisme: Pengertian dan Contohnya. *Kompas.Com*.
- Riama, C. O. (2021). *Peran influencer dalam proses electronic word of mouth untuk meningkatkan persepsi merek*. 5(2), 156–175.
- Rofi, H., Jufrinaldi, & Akromullah, H. (2022). *Introspeksi Diri Sebagai Ide Penciptaan Karya Seni Lukis*. 2(1).
- Sae, D. A., & Purnomo, H. (2023). *Nilai spiritual karya Andi Kartojiwo*. 2(September), 186–198.
- Şahin, B. (2024). *Social Media and Brand Credibility : Qualitative Content Analysis of Instagram Influencers in Beauty Sector Sosyal Medya ve Marka Kredibilitesi : Güzellik Sektöründeki Instagram Fenomenlerinin İçerik Analizi Öz*. 5, 343–364. <https://doi.org/10.54733/smar.1468586>
- Sakti, T. A., & Deslia, I. F. (2024). ANALISIS ISI KONTEN MARKETING AKUN INSTAGRAM @mop.beauty DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT FOLLOWERS. *JOURNAL SYNTAX IDEA*, 6(09).
- Sendari, A. A. (2019). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya. *Liputan6.Com*.
- Seniman Menggugat Kemerdekaan Berekspresi. (2022). *Media Indonesia*. <https://epaper.mediaindonesia.com/detail/seniman-menggugat-kemerdekaan-berekspresi>
- Shalihah, N. F., & Hardiyanto, S. (2021). Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncurannya. *Kompas.Com*.
- Sila, G. E. (2020). *Peranan Public Relation Dalam Meningkatkan Kredibilitas Influencer Pada Universitas Kebangsaan Bandung*. 2(2), 32–40.
- Silalahi, D. S. A., & Lukmana, I. (2021). *Representasi Identitas Generasi Milenial dalam Caption Instagram Aktor Sosial Generasi X*. 21.
- Simonigar, J., & Sitorus, F. K. (2023). *Martin Heidegger dalam Seni Membuat Caption Social Media Marketing*. 3(3), 785–790.
- Suastika, I. M., Prihatini, N. S., & Duija, I. N. (2014). *Sakralisasi dalam budaya nusantara*. <http://sim.ihdn.ac.id/app-assets/repo/repo-dosen-182008071754-37.pdf>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HUMASBDG Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. 5(X).
- Tysara, L. (2023). Ruang Lingkup Seni Lukis dan Objeknya. *Liputan6.Com*.
- Verianty, W. A. (2023). Ada Berapa Jenis Karya Seni Rupa? Ini Karakteristik dan Contohnya. *Liputan6.Com*.
- Wijaya, D. S. (2021). *Refleksi Media Sosial dalam Karya Lukisan*. Tatkala.Co.
- Yonatan, A. Z. (2022). Seni Lukis Adalah: Fungsi, Tujuan, dan Tema. *DetikBali*.

- Yuli. (2023). Sebaran Jumlah Suku di Indonesia. *Badan Pusat Statistik*.
https://indonesia.go.id/assets/upload/mediapublik//368557857_1698818140591670_2909317388787752231_n.jpg
- Yusanto, F., & Nugroho, C. (2024). *A critical discourse analysis of the role of influencers in driving social change through Indonesian Youtube content*. 6(2), 26–38.
- Zulfikar, F. (2022a). 5 Pelukis Indonesia yang Mendunia, dari Affandi hingga Raden Saleh. *DetikEdu*.
- Zulfikar, F. (2022b). Influencer: Pengertian, Tugas, dan Jenis-jenisnya. *DetikEdu.Com*. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6124395/influencer-pengertian-tugas-dan-jenis-jenisnya>
- Zulkifli, Sembiring, D., Atmojo, W. T., & Pasaribu, M. (2020). *Tradisi dalam Modernisasi Seni Lukis Sumatera Utara : Eksplorasi Kreatif Berbasis Etnisitas Batak Toba*. 35.