

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anshar, S. B., Suryaningsih, B. I., & Sumani. (2016). Pengaruh Selebriti Endorser Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Mahasiswi Universitas Jember. . *Artikel Ilmiah Mahasiswa, Jurusan Manajemen FEB Universitas Jember, Jember.*
- Barnard, M. (2016). *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender.* Yogyakarta: Jalasutra.
- Desmita. (2011). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik.* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendy, O. (2005). *Ilmu Komunikaasi Teori dan Praktek.* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahmi, F., & Zuhri, S. (2018). Pengaruh Terpaan Media Televisi Tentang Pemberitaan Kasus Pembegalan Motor Terhadap Tingkat Kecemasan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya. *Univ. Islam Negri Sunan Ampel Surabaya.*
- Ghondang, H. &. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS).* Deli Serdang: Penerbit Mitra Grup.
- Griffin, E. A. (2009). *A First Look at Communication Theory.* Boston: McGraw-Hill Higher Education,
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory.* Medan: USU Press.
- Iskandar, A. (2013). *Jilbab Syar'i.* Jakarta: Khilafah Press.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Krisis & Kualitatif.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McLuhan, M. &. (2011). *The Medium Is The Message.* California: Ginko Press.
- Mcquail, D. (2005). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar.* Jakarta: Salemba Humanika.
- Morrisan, A. C. (2010). *Teori Gusmia Arianti, Kepuasan Remaja Terhadap Pengguna Media Sosial... 192Komunikasi Massa.* Bogor (ID): Ghalia Indonesia.
- Muthahhari, M. (1997). *Hijab: Gaya Hidup Wanita Islam.* Bandung: Mizan.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rahmadi. (2011). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.*
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach.* Deepublish.
- Sim, T. M. (2013). Perancangan Buku Visual Grafis Perkembangan Era Fashion Dunia. (*Doctoral dissertation, Petra Christian University*)., 126.
- Solis, B. (2010). *ENGAGE! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Sufyan. (2013). *Samudera Hikmah di Balik Jilbab Muslimah*. Bandung: Pustaka Al Inabah.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sukanto, S. (2014). *Kamus Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Troxell, M. D. (1981). *Fashion merchandising*. Gregg Division, McGraw-Hill.
- West, L. H. (2018). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

JURNAL

- Amriel, E. E. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar. *MEDIA MANAJEMEN JASA*, 9(2).
- Anjani, S. &. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203-229.
- Arianti, G. (2017). Kepuasan remaja terhadap penggunaan media sosial instgram dan path. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180-192.
- Arofi, M. K. (2016). Studi Deskriptif Perilaku Selebgram dalam Menggunakan Instagram sebagai Sarana Endorsement di Era Pemasaran Digital. *Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran, Yogyakarta*.
- Ayyah, H. R. (2021). Pengaruh gaya hidup halal dan self-identity terhadap halal fashion di Indonesia. *UMMagelang Conference Series*, pp. 537-546.
- Baso, M. (2015). Aurat dan Busana. *Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam*, 2(2), 186-196.
- Ginting, R. & Yunus, A. (2021). Pengaruh Terpaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Kopitree Di Medan. (*Doctoral dissertation, UMSU*), 40.
- Ginting, R. & Yunus, A. (2021). Pengaruh Terpaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Kopitree Di Medan. (*Doctoral dissertation, UMSU*), 30.
- Gultom, R. A. (2022). Analisis Personal Branding SELEBGRAM AWKARIN Di Media Sosial Instagram Terhadap Pandangan Followers Mengenai FASHION AWKARIN. *Doctoral dissertation*.
- Habsari, S. U. (2015). Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ, 2(2). *Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer*, 126-134.
- Hoesny, R. C. (2020). Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram@ gitasav Terhadap Perilaku Berbusana Islami. 4.
- Istiani, A. N. (2015). Konstruksi makna hijab fashion bagi moslem fashion blogger. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 48-55.
- Karina, M. E. (2020). Analisis Personal Branding Selebgram di Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @dindamaulinaaa). *Jurnal Humas & Media Kontemporer*, 12.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.

- Muqsith, M. A. (2019). Cyberprotest: new media and the new social movement in Indonesia. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 24(4), 765-775.
- Muqsith, M. A. (2021). Framework Media di Dunia. *ADALAH*, 5(2), 54-62.
- Nisa, S. (2017). Pengaruh Trend Hijab Instagram di Tahun 2016 Terhadap Gaya Berbusana Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*).
- Nurwachid, I. (2021). Pengaruh akun instagram@ nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian streetwear mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya . *Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Octaviani, K. (. (2021). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM@ ANYAGERALDINE TERHADAP KECENDERUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS REMAJA DI KALANGAN FOLLOWERSNYA (Survei Terhadap Followers Akun Instagram@ anyageraldine). (*Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*), 9.
- Permana, I. P. (2021). Analisis Rasio Pada Akun Youtube Untuk Penelitian Kualitatif Menggunakan Metode Eksploratif. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 15(1), 40-48.
- Ratnasari, D. E. (2015). TERPAAN MEDIA DAN TINGKAT PENGETAHUAN PEMBACA (Studi Eksperimen Pengaruh Terpaan Teks Berita SKH Kompas dan SKH Bernas Jogja tentang Peristiwa Penyerbuan Lapas Cebongan terhadap Tingkat Pengetahuan Pembaca. *Doctoral*, 3.
- Rizkianti, H. (2019). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ HALODOC TERHADAP MOTIF FOLLOWERS (Survei Penelitian Pada Followers Halodoc di Media Sosial Instagram@ halodoc) (*Doctoral dissertation. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*).
- Sari, A. C. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Sukaesih, T. (2017). Pendidikan Keimanan Bagi Usia Dewasa Awal Menurut Perspektif Islam. (*Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung*).
- Sutrisno, A. P. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common*, 118-133.
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai bentuk ekspresi diri dalam komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36-47.
- Watie, E. D. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.

INTERNET

- Bps.go.id. (2022). Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2020-2022. <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
Di akses pada 16 September 2022 pukul 15.40
- Fitline.com. (2021). 6 Macam Style Fashion Menurut Kepribadian Pemakainya. <https://fitinline.com/article/read/6-macam-style-fashion-menurut-kepribadian-pemakainya/>

- Di akses pada 26 September pukul 11.32
Hootsuite (We are Social). (2022). Alasan Utama Orang di Indonesia Menggunakan Internet (Tahun 2022). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
Di akses pada 24 September pukul 13.05
- KBBI Daring. (2016). Jilbab.
<https://kbbi.web.id/jilbab.html>
Di akses pada 27 Oktober 2022 pukul 13.12
- KBBI Kemdikbud.go.id. (2016). Media sosial.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media%20sosial>
Di akses pada 25 Oktober 2022 pukul 16.25
- KBBI Kemendikbud.go.id. (2016). Menarik.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/menarik>
Di akses pada 22 Mei 2023 pukul 17.41
- NapoleonCat.com. (2021). *Instagram users in Indonesia, August 2021*.
<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/08/>
Di akses pada 24 September 2022 pukul 02.20
- Not Just Analytics. (2023). Tingkat *Engagement* Akun Media Sosial Instagram @nasariastri. <https://business.notjustanalytics.com/plus/nasariastri>
Di akses pada 13 Januari 2023 pukul 17.22