

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, N. (2020). *Persepsi Followers @Parentalk.Id Terhadap Akun Instagram Parentalk.Id Sebagai Media Informasi Parenting*. Surabaya: Upn Veteran Jatim. [Http://Repository.Upnjatim.Ac.Id/488/](http://Repository.Upnjatim.Ac.Id/488/)
- Anjani, S & Irwansyah. (2020). *Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram ]*. POLYGLOT: Jurnal Ilmiah Vol 16, No 2 page: 203 – 229
- Amalia, A & Putri, G. (2019). *Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya*. Sosial : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Vol, 20 No. 2 : 51-59
- Bruns, I. (2018). *'Trust' and 'perceived authenticity' in social media driven influencer marketing and their influence on intentions-to-buy of 18- 24-years-olds in Ireland*. [Master's thesis, Dublin Business School]. Retrieved from HYPERLINK "<https://esource.dbs.ie/handle/10788/3536>"  
<https://esource.dbs.ie/handle/10788/3536>
- Bungin, B. (2013). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *The future of influencer marketing. Influencer Marketing*, 224- 232. HYPERLINK "<https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-8600-6.50025-2>"  
<https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-8600-6.50025-2>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendi, W. (2018). *Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram*. Medan: Universitas Medan Area. [Http://Repository.Uma.Ac.Id/Bitstream/123456789/9243/1/M%20wahyu%20effendi%20-%20fulltext.Pdf](http://Repository.Uma.Ac.Id/Bitstream/123456789/9243/1/M%20wahyu%20effendi%20-%20fulltext.Pdf)
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung. Bandung: Pt. Rosdakarya.
- Elli, D. M. (2017). *The phenomenon and rise of influencer marketing and how it affect customer opinion and helps or damages brands*. Doctoral dissertation, International Hellenic University. Retrieved from HYPERLINK "<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/handle/11544/29197>"  
<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/handle/11544/29197>

- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Indonesia Prenadamedia Group.
- Gerungan. (1996). *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.
- Hariyanti N. T., Wirapraja A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah studi literatur)*. Jurnal EKSEKUTIF Vol 15, No 1 page 133-146
- Hennessy, B. (2018). *Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media*. Canada, CA: Citadel Press : Google Books
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana
- Mafiroh, F. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @Tamanwisatagenilagit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. [Http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/7716/](http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/7716/)
- Marelita, A. (2018). *Nalisis Isi Kualitatif Pro-Kontra Pengguna Instagram Terhadap Berita Diskualifikasi Miftahul Jannah Pada Ajang Asian Para Games 2018*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori Dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulawarman, D. (2017). *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. *Buletin Psikologi*, Vol. 4, No. 2. 36-44.  
[ttps://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/16030](https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/16030)
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Muslimin. 2016. *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang : Selaras
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.

- Novi, K. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru :Implikasi Dan Teori Komunikasi. *Jurnal Risalah Terakreditasi Dirjen Dikti Sk No. 56/Dikti.Kep/2005*. <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/154456-Id-Perkembangan-Teknologi-Komunikasi-Dan-Me.Pdf>
- Poerwandari, E. (2007). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Lpsp3.
- Purwaningsih, A. (2020). Respons Netizen Terhadap Caption Publik Figur Di Instagram. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*. [Http://Journal.UmSurabaya.Ac.Id/Index.Php/Lingua/Article/View/5098/3322](http://Journal.UmSurabaya.Ac.Id/Index.Php/Lingua/Article/View/5098/3322)
- Rahima, P. (2018). *Pengaruh celebrity endorser di media sosial Instagram dalam promosi produk hijab terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada akun Instagram @wiriamaeazzahra)*. Seminar Nasional and Call for Paper Manajemen, Akuntansi dan Perbankan 2018.
- Rakhmat, J. (2018, Cetakan Ke-27). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Rahmawan, dkk. (2017). *Peran Vlogger sebagai Online Influencer dalam Industri Media Digital di Indonesia*. Promedia Vol. 3, No. 2 2017: 183-206.
- Robins, T. (1996). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Penerbit Salemba Empat.
- Salamoon. (2013). *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya Di Dunia Maya*. Surabaya: Universitas Airlangga. [Http://Repository.Petra.Ac.Id/16642/1/Publikasi1\\_10021\\_1481.Pdf](http://Repository.Petra.Ac.Id/16642/1/Publikasi1_10021_1481.Pdf)
- Sari, M. &. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *Jurnal Risalah Vol. 4, No. 2*. <https://Jom.Unri.Ac.Id/Index.Php/Jomfsip/Article/View/16030>
- Sertyoningrum, B. A. (2020). *Persentasi Diri Influencer Plus Size (Analisis Wacana Pada Akun Insragram @Kemalasari)*. Surabaya: Upn Veteran Jatim. [Http://Repository.Upnjatim.Ac.Id/1539/](http://Repository.Upnjatim.Ac.Id/1539/)
- Sobur, A. (2016, Edisi Revisi). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiharto, S.A. dan M. R. Ramadhana. (2018). *Pengaruh Kredibilitas Influencer terhadap Sikap pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)*. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. Vol. 8 No. 2 : 1-9

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.

Wibisono, G. (2017). *Media Baru Dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial "Good News From Indonesia" Terhadap Perilaku Nasionalisme*. *Jurnal Studi Pemuda* Vol. 6, No. 2. <https://Jurnal.Ugm.Ac.Id/Jurnalpemuda/Article/View/39264>

Yulianto, B. &. (2018). *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja*. Diponegoro: Universitas Diponegoro. <https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/InteraksiOnline/Article/View/21950>

[https://business.instagram.com/shopping?locale=id\\_ID](https://business.instagram.com/shopping?locale=id_ID)

<https://glints.com/id/lowongan/instagram-reels-ada-lah/#.YSnbwvka01>

<https://kreativv.com/mengenal-3-jenis-akun-instagram-mana-yang-paling-cocok-untuk-marketing/>

<https://www.suara.com/news/2020/08/22/142445/pengertian-influencer-jenis-jenis-influencer-yang-belum-banyak-diketahui?page=all>

<https://pakarkomunikasi.com/teori-perbedaan-individu-dalam-komunikasi-massa>

<https://kumparan.com/karjaid/womanpreneur-inspiratif-rachel-vennya-dan-kerajaan-bisnisnya-1sUeZFjpuZP>

<https://www.idntimes.com/business/economy/andi-ariz/6-bisnis-yang-ditekuni-rachel-vennya-rahasia-kaya-di-usia-muda>

<https://www.grid.id/read/042638546/tunjukkan-taringnya-sebagai-selebgram-meskipun-kerap-dihujat-sana-sini-rachel-vennya-sukses-galang-dana-hingga-rp-1-miliar-lebih-untuk-warga-ntt-netizen-ini-baru-yan?page=all>

<https://www.idntimes.com/life/inspiration/adeliadwitas/influencer-inspiratif-7-hal-ini-bisa-kamu-teledani-dari-rachel-vennya-c1c2>

<https://m.merdeka.com/jabar/dihujat-usai-lepas-hijab-begini-reaksi-rachel-vennya.html>