

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdussamad, Zuchri. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Afrizal. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajagrafindo.
- Brown, D., & Hayes, N. (2016). Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customer. Oxford: Routledge.
- Bungin, Burhan. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Depok : PT Raja Grafindo.
- Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, John W & J. David Creswell. 2018. Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition. Lost Angeles: SAGE. Publications, Inc.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Eriyanto. 2013. Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks.
- Moleong, L. J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja. Rosdakarya.
- Morissan. 2017. Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.
- Mulyani, S. (2017). Metode Analisis dan Perancangan Sistem. Bandung: Abdi Sistematika.
- Soemirat, Soleh dan Asep Suryana. 2017. Komunikasi Persuasif. Universitas Terbuka: Jakarta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- West, Richard, and Lynn Turner. (2013). Pengantar Teori Komunikasi Analisis. Dan Aplikasi Edisi 3 Jilid 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yusuf, A Muri. 2017. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.

Jurnal

- Amalia, Mia. 2013. Kekerasan Perempuan dalam Perspektif Hukum dan Sosiokultural. Jurnal Wawasan Hukum, Vol. 25 No. 02, 399-411.
- Anjani, Sari, & Irwansyah. Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram. Polygot: Jurnal Ilmiah Vol. 16 No. 2, 203-221.
- Belance, Daniel, & Casalo, Luis V. 2021. Memahami Pemasaran Influencer: Peran Kesesuaian Antara Influencer, Produk, dan Konsumen. Journal of Business Research Vol 132, 186-195.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). Jurnal Eksekutif, 15(1), 133-146.

- Hasan, Bahrudin. 2019. Gender dan Ketidakadilan. *JURNAL SIGNAL* Volume 7 No. 1, 63-86.
- Hutabarat, J. R. (2020). PENGARUH INFLUENCER MARKETING PADA PRODUK EIGER SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN ERA MODERN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS MAHASISWA DI KECAMATAN MEDAN TIMUR).
- Jin, S. A., & Phua J. (2014). Following celebrities' tweets about brands: The impact of Twitter-based electronic word-of-mouth on consumers' source credibility perception, buying intention, and social identification with celebrities. *Journal of Advertising*, 43(2), 181-195.
- Listianingrum, Ria. 2021. Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram dalam Memberikan Informasi kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi* Volume 4, No. 1, 11-23.
- Putri, Prisma Miardi. 2022. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 5 No 1, 25-36.
- Rahmawan, Detta, Mahameruaji, Jimi Narotama, & Hanny Hafiar. 2017. Peran Vlogger Sebagai Online Influencer dalam Industri Media Digital di Indonesia. *PROMEDIA*, Volume Ke- 3, No. 2, 183-206.
- Ramadhan, Salsabila Fadhilah, & Kurniasari, Nani. 2022. Analisis Isi Kualitatif Konten Influencer di Instagram dalam Kampanye Tokopedia By Me. *KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis* Volume 8, No. 1, 654-663.
- Susanto, Nanang Hasan. 2015. Tantangan Mewujudkan Kesetaraan Gender dalam Budaya Patriarki. *Jurnal Muwazah* Volume 7 Nomor 2, 120-130.
- Yoga, Salman. 2018. Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia dan Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Al Bayan*, Vol. 24 No. 1, 29-46.
- Noviani, Ade (2022) Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia (Studi Netnografi di Akun Instagram @singlemomsindonesia). Universitas Pembangunan Jaya.
- Prasetyawati, Ika. 2015. Leader-member Exchange sebagai Pemediasi Pengaruh kepemimpinan Transformasional pada Kinerja Bawahan. Universitas Sebelas Maret.
- Sulisti, Ernes Marselina. 2021. Analisis Wacana Kampanye Sosial Pulih Bersama di Instagram. *Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*.
- Syah, M. Hiqkal. 2022. Penerapan Komunikasi Persuasif yang Dilakukan Satgas COVID dalam Upaya Perubahan Perilaku Masyarakat Menaati Protokol Kesehatan. *Universiyas Islam Negeri Ar Raniry*.

Artikel

- Moedasir, Andiana. 2022. Influencer: Jenis, Tugas, dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis. Diakses pada 2 April 2023 pada <https://majoo.id/solusi/detail/influencer-adalah>
- Rachman, Dwiko Rynoz Nur. 2021. Indonesia Darurat Kekerasan Seksual, Kapan RUU PKS di Sahkan? Diakses pada 2 April 2023 pada <https://bemu.umm.ac.id/id/berita/indonesia-darurat-kekerasan-seksual-kapan-ruu-pks-di-sahkan.html>
- Rizaty, Monavia Ayu. 2022. Jumlah Pengguna Instagram tahun 2022. Diakses pada 2 April 2023 pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>
- Sadya, Sarnita. 2023. APJII di Indonesia Digital Outlook 2022. Diakses pada 2 April 2023 pada <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>