

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & SIK, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Agustina, A., Rahmawaty, D., Magdalena, R., Kusmayadi, T., Syamsiah, S., & Vincent, V. (2022). Maharani: Koleksi Rancangan Busana Terinspirasi Dari Permaisuri Cixi Dinasti Qing. *Jurnal Desain-Kajian Bidang Penelitian Desain*, 2(2), 376-389.
- Atmoko, Bambang Dwi, *Instagram Handbook*, (2012), Jakarta : Mediakita.
- Awaluddin (2023). Penggunaan Media Tiktok Sebagai Sarana Membangun Kepercayaan Diri dalam Berkomunikasi: Ditinjau Dari Psikologi Komunikasi
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*/Jakarta: Kencana
- Detta Rahmawan, Hanny Hafiar, Jimi Narotama, (2017). Peran Vlogger Sebagai Online Influencer dalam Industri Media Digital di Indonesia.
- Goldsmith, R. E., & Clark, R. A. (2008). An analysis of factors affecting fashion opinion leadership and fashion opinion seeking. *Journal of fashion marketing and management: an international journal*
- Haldani Ahmad, *Sejarah dan Gaya dalam Fashion*, (Bogor: Institut Teknologi Bogor, 1999)
- Hilal, rahmat (2019). Persepsi mahasiswa IAIN Kendari Terhadap Dakwah melalui desain poster komunikasi visual di intagram. Skripsi kendari IAIN Kendari.
- Julie Messiaen (2017) *Influencer marketing How to The Popularity Threshold of Instagram Influencers impacts Consumers Behaviour: The moderating role of Purchase Involvement*
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (kbbi)
- Karl, C. (2017). *The State of Fashion 2017*. McKinsey Global Institute.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- Khoirunnisa, I. (2023). *Perilaku imitasi Trend Fashion di media sosial Instagram pada mahasiswa: Penelitian di mahasiswa jurusan Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

- Kim, Jae-Eun, Stephen Lloyd, and Marie-Cécile Cervellon. "Narrative-transportation storylines in luxury brand advertising: Motivating consumer engagement." *Journal of Business Research*
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Maryam, S. (2012). Analisis Busana Muslim sebagai Busana Populer Menolak Modernisasi Busana yang Erotis. *HomeEC (Jurnal Teknologi Kerumahtanggaan)*, 8(1 NOV), 791-698.
- Malcoln, B. (2016). Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial. *Seksual, Kelas Dan Gender, yogyakarta: jalasutra*.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjeje Rohendi Rohidi. Analisis Data penerbit Universitas Indonesia (UI-PRESS).
- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal).
- Muhtadi, T. (1992). Analisis Data Kualitatif . Jakarta: UI Press
- Mull, I. R., & Lee, S. E. (2014). "PIN" pointing the motivational dimensions behind Pinterest. *Computers in Human Behavior*.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrisan, Teori komunikasi massa , (2013) penerbit Ghalia Indonesia.
- Nevyra, V. I. (2021). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Nurudin (2016), Pengantar Komunikasi Massa,( Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA),hal 191-192
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Sarah Ajrina Husni Putri (2018).Peran Trend Fashion Di Instagram Dalam Cara Berbusana Syar'i Di Komunitas Solidaritas Peduli Jilbab Yogyakarta.
- Suryani, F. L. (2015). Instagram dan fashion remaja (Studi kasus peran media sosial Instagram terhadap trend fashion remaja dalam akun@ OOTDINDO tahun 2014).

- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Socialbakers, A. (2018)"Why fashion brands are thriving on Instagram." *Retrieved from*googl/ckQxBw, *Accessed date* 15 (2018).
- Tamara, D. Y. (2020). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Wiedmann, K. P., Hennigs, N., & Langner, S. (2010). Spreading the word of fashion: Identifying social influencers in fashion marketing. *Journal of Global Fashion Marketing*, 1(3), 142-153.
- Yesmail. (2015). *Lessons Learned: How Retailers Utilized Social Media in 2014, Trends and Takeaways for 2015*
- <https://tirto.id/cara-kerja-algoritma-instagram-2021-tingkat-interest-following-f9PG>
- <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- <https://www.redcomm.co.id/knowledges/8-tips-bekerja-dengan-algoritma-instagram>