

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Afandi, R. (2019). *How to Win Instagram*. Stiletto Book.
- Anggito, A. & Johan, S. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Berskowski, G. (2016). *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari Para Pengusaha Aplikasi Paling Sukses di Dunia*. Jakarta: Gemilang.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dayakisni, & Hudaniah, T. (2012). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Enterprise, J. (2014). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondworth: Penguin.
- Jones, E., & Pittman, S. (1982). *Toward a General Theory of Strategic Self Presentation*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Juddi, M. F. (2019). *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*. Unpad Press.
- Landsverk, K. H. (2014). *The Instagram Handbook*. PrimeHead Limited.
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Prenada Media.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Prenada Media.
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan – Instagram*. Deepublish.
- Prastika, A. C., Anindita, L. P., Ayu, O. F. S., Ellyse, M., Nur, A., & Rischa, R. P. (2017). *Isu-isu Masyarakat Digital Kontemporer*. Seri Literasi Digital. Yogyakarta: Siber Kreasi.
- Raho, B. (2021). *Teori Sosiologi Modern*. Ledalero.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, Putra, M. G. B. A., Herdiana, I., & Alvian, I. N. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Airlangga University Press.

Jurnal

- Alim, C. A. (2014). *Impression Management Agnes Monica melalui Akun Instagram (@agnezmo)*. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(3), 1-10.
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1), 137-144.
- Arta, Y. K. (2021). Covid-19: Selebgram Bicara, Selebgram Bertindak. *Jurnal Emik*, 4(2), 132-143.
- Gustina, H. (2015). Korelasi Media Sosial *Instagram* dengan Presentasi Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau. *Jom FISIP*, 2(2), 1-15.
- Juditha, C. (2014). Presentasi Diri dalam Media Sosial *Path*. *Jurnal penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 15(1), 17-32.
- Kertamukti, R., Heru, N., & Bayu, W. (2019). Konstruksi Identitas melalui *Stories Highlight Instagram* Kalangan Kelas Menengah. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 26- 44.
- Krismasakti, B. (2019). *Instagram Stories* dalam Ajang Pengungkapan Eksistensi Diri (Studi Kasus Selebgram @jihanputri). *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 1-14.

- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). *Impression Management: A Literature Review and Two Componen Model*. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-47.
- Mutia, T. (2018). Generasi Milenial, *instagra*, dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan Kesan. *Komunikasiana*, 1(1), 1-9.
- Mutiah, T. (2017). Fenomena Hijabers Kontemporer Menggunakan Media Sosial *Instagram* dalam Membentuk Identitas. *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Ningsih, T. S., & Rizal, G. L. (2020). Strategi *Self Presentation* pada Remaja *User Instagram*. *Proyeksi*, 15(2), 172-181.
- Novitasari, I. (2020). Selebgram Dikenakan Pajak?. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 3(1), 54-68.
- Pradita, L. R., & Kristanty, S. (2018). Media Sosial *Instagram* sebagai Presentasi Diri. *PANTAREI*, 2(2).
- Purworini, D. (2018). Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 33-47.
- Puspitarini, D. S., & Reni, N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Safira, A., Putri, D. W., & Wattimena, G. H. (2019). Presentasi Diri *Beauty Influencer* Abel Cantika melalui *Youtube Channel*. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 12(1), 30-45.
- Setiawan, R. (2019). Dramaturgi *Content Creator* dalam Presentasi Diri di *Instagram* (Studi Etnografi Virtual pada Akun *Instagram @bangijal_tv*). *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 12-21.
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). Media Sosial *Instagram* sebagai Presentasi Diri Pada Mahasiswi Pendidikan Sosiologi FKIP UNTIRTA. *Community*, 6(1), 10-20.
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2017). Fenomena Penggunaan Foto *Outfit of the Day* di *Instagram* sebagai Media Presentasi Diri. *Jurnal*

Komunikatio, 2(1).

Internet

Marketingcraft.getcraft.com. (2020). Fitur-Fitur *Instagram Stories* yang Efektif Menaikkan Engagement. Diakses pada 28 April 2022, dari <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/fitur-fitur-instagram-stories-yang-efektif-menaikkan-engagement>.

Heepsy.com. (2017). *Top 10 Skincare & Cosmetics Influencers in Bandung*. Diakses pada 28 April 2022, dari <https://www.heepsy.com/ranking/top-skincare-and-cosmetics-influencers-in-bandung>.

