DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Alim, C. A., et al. (2014). *Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo)*. Jurnal E-Komunikasi, 2(3), 10.

Ansori. (2015). *Media Sosial Instagram*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 3(April), 49–58.

Fligstein, N., & McAdam, D. (2011). *Toward a General Theory of Strategic Action Fields*. Sociological Theory, 29(1), 1–26.

Fullwood, C. (2019). *Impression Management and Self-Presentation Online*. In The Oxford Handbook of Cyberpsychology, 34–56.

Heinonen, K., et al. (2008). *Social media and marketing: A new approach*. Journal of Interactive Marketing, 22(3), 1–6.

Huwae, D. (2019). *Strategi Impression Management Diri Ahmad Jaelani (Mimi Peri) dalam Akun Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8–22.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite!* Business Horizons, 53(1), 59–68.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2012). *Social media: Back to the roots and back to the future*. Journal of Systems and Information Technology, 14(2), 101–104.

Kietzmann, J. H., et al. (2011). *Social media? Get serious!* Business Horizons, 54(3), 241–251.

Kuswantoro, M. A. (2022). *Strategi Presentasi Diri Ganjar Pranowo melalui Media Sosial Instagram @ganjar_pranowo*. Web of Scientist, 1(4), 1–21.

Meodia. (2020, Januari 15). *Instagram platform social media visual terbesar saat ini*. Antara News.

Obar, J. A., & Wildman, S. (2015). *Social media definition and the governance challenge*. Telecommunications Policy, 39(9), 745–750.

Perdanaraya, W. P. A., & Harmonis. (2023). *Analisis Proses Produksi Program TVRI Sport Pagi*. Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial, 1(4), 116–124.

Prayogo, D. B., et al. (2024). *Strategi Impression Management Calon Presiden 2024*. Scriptura, 13(2), 169–183.

Riana, M., & Sari, D. (2020). *Impression Management Melalui Akun Instagram*. Jurnal e-Komunikasi.

Salsabila, D. (2019, Oktober 10). *Mengenal Instagram, jejaring sosial yang hadir sejak 2010*. Kompas Tekno.

Siedharta, I., et al. (2017). *Strategi Impression Management Presiden Joko Widodo*. Scriptura, 7(1), 17–26.

Taprial, V., & Kanwar, A. (2012). *Social media: The new hybrid element of the promotion mix*. Business Spectrum, 2(1), 123–133.

Buku

Aburumman, A. H. (2014). *Social media: Konsep dan aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Aji, R. (2016). *Media Baru dalam Era Digital*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Atmoko, B. (2012). *Instagram: Dunia dalam genggamanmu*. Jakarta: Mediakita.

Bambang. (2012). *Pemanfaatan media sosial dalam pengembangan kreativitas*. Jakarta: Pustaka Media.

Bandriyah. (2015). *Komunikasi dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Deepublish.

Brogan, C. (2010). *The impact of social media on communication*. New York, NY: Wiley.

Christoper, Davey. (2010). *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge.

Dwiantara, Lukas. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing*. New York, NY: McGraw-Hill.

Kanwar, V., & Taprial, V. (2012). *Understanding social media*. New Delhi: Abhishek Publications.

Karyaningsih, A. (2018). *Definisi dan Unsur-Unsur Komunikasi*. Dalam Landasan Teori Ilmu Komunikasi.

Malau, O. (2015). *Teknologi Komunikasi Modern*. Jakarta: Kencana.

Mandiberg, M. (2012). *The social media reader*. New York: New York University Press.

Maulana, I. (2018). *Komunikasi di Era Digital: Sebuah Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

McQuail, Denis. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory* (4th ed.). London: SAGE Publications.

McQuail, Denis. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.

Meikle, G., & Young, S. (2012). *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. London: Palgrave Macmillan.

Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi).* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2012). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Jakarta: Kencana.

Putri, R. (2013). *Instagram sebagai media sosial visual*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Shirky, C. (2018). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. New York: Penguin Books.

Sucahya, P. (2017). *Transformasi Media Massa di Era Digital*. Jakarta: Salemba Humanika.

Sudiyatmoko, R. (2015). *Komunikasi di era media baru: Implikasi media sosial terhadap komunikasi interpersonal*. Yogyakarta: Deepublish.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Syaifuddin. (2013). *Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.

Van Dijk, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.

Viny. (2016). *Digitalisasi dan Perubahan Sosial*. Surabaya: Laksana Media.

Watie, Errika Dwi Setya. (2011). *Komunikasi dan Media Baru*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Wicaksono, A. (2017). *New Media dan Perubahan Gaya Hidup*. Malang: UMM Press.

Wiludjeng, H. (2013). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Internet

Febriari. (2024). Harashta Haifa Zahra Berhasil Raih Supra Talent di Miss Supranational 2024. Retrieved from *http://Metrotv.com//2024*

Henry. (2024). Puteri Indonesia 2024 Harashta Haifa Zahra Dinyinyiri Warganet Hasil Titipan, Dibela Ridwan Kamil. Retrieved from *https://www.Liputan6.com//2024*

Kumar, N. (2024). How Many People Use Instagram 2024. Retrieved from *https://www.demandsage.com/instagram-statistics/*

Mauliddiyah, N. L. (2021). Representasi Kecantikan Dalam Konsep 3B Brain, Beauty & Behavior (Studi Analisis Semiotika John Fiske pada Tayangan Miss Universe 2019 di YouTube). Retrieved from *http://digilib.unila.ac.id/61325/3/SKRIPSI%20FULL%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN%20-%20Alfredo%20Raja%20Sagala.pdf*

Riyanto, D. A. (2024). We Are Social. Retrieved from *https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/*