

## DAFTAR PUSTAKA

- Abshor M. U. (2022). *Sosiologi Hukum*. Semarang: CV Lawwana
- Anindhita A. W. (2018). *Dramaturgi Dibalik Kehidupan Social Climber*. 7(1), 1-11.
- Asih, I. D. (2005). *Fenomenologi Husserl: Sebuah Cara “Kembali Ke Fenomena”*. Jurnal Keperawatan Indonesia. Vol 9, No 2.
- Ayun P. Q. (2015). *Fenomena Remaja Menggunakan Mediia Soaial Dalam Membentuk Identitas*. 3(2), 1-16.
- Blumer H. (1969). *Symbolic Interactionalism Perspective And Method*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Chaturvedi D. (2020). *Implication Of Fashion Communication In Fashion Industry*. 5(1), 9-10.
- Creswell J. W. & Poth C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Reasearch Design Choosing Among Five Approaches Fourth Edition*. Singapore: SAGE Publications, Inc.
- Deka F. S., Nisyak H. & Bafadhah O. M. (2020). *Imitasi Fashion Penggemar Karin Novilda Pada Akun Instagram @Awkarin*. 2(2), 28-35.
- Dewi R. & Janitra P. A. (2018). *Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego*. 8(3), 340-347.
- Faustyna. (2021). *Manajemen Penerbitan Public Relations*. Medan: UMSU Press
- Harahap M. A. & Adensi S. (2020). *Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia*. 7(2), 1-11.
- Haasbiansyah O. (2005). *Pendekatan Fenomenologi: Penganatar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. 56, 1-18.
- Hasna S. (2022). *Selebriti dan Fandom di Era Media Sosial: Fenomena Selebgram*. 3(1), 1-7.
- Hayati L. (2018). *Konsep Diri Anak-anak Pengguna Aktif Media Sosial*. 6(2), 8-14.

Kalbaska N., Sádaba T., Cantoni L. (2018). *Editorial: Fashion Communcation: Between Tradition and Digital Transformation*. 18(2), 269-285.

Kriyantono R. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian Dan Praktik*. Jakarta: KENCANA

Mekarisce A. A. (2020). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat*. 12(3), 1-7.

Madrah M. & Adnjani M. D. (2014). *Identitas Diri Remaja Melalui Status Sosial Facebook*. 4(2), 181-188.

Nastiti A. D. & Purworini D. (2018). *Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial*. 10(1), 33-47.

Rachmansyah M. & Supratman L. P. (2020). *Peran Media Instagram Dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies*. 24(1), 73-90.

Rahma R. Y. (2016). *Fenomena Self Portrait di Kalangan Remaja Studi Presentasi Diri dan Self Acceptance Remaja Putri Di Jakarta*. 15(1), 127-142.

Riyanto A. D. (2022). *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Diakses pada 24 May 2022, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Romdani L. (2021). *Teori Konstruksi Sosial: Sebuah Teori Bagaimana Warga Negara Memaknai Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Masa Pandemic*. 10(2), 116-118.

Rukin (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing

Sari S. E. & Suherman M. (2021). *Presentasi Diri Influencer di Instagram*. 7(1), 1-5.

Sari W. P. & Irena L. (2019). *Komunikasi Kontemporer Dan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Setiawan R. & Audie N. (2020). *Media Sosial Instagram Sebagai Preesentasi Diri Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi FKIP UNTIRTA*. 6(1), 1-11.

Silvia I. & Darus P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka

Siregar Z. (2018). *Social Construction Of Mass Media (Konstruksi Sosial Media Massa)*. 7(1), 93-95.

Sugiarto E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.

Supraja M. & Akbar N. A. (2020). *Alfred Schutz: Pengarusutamaan Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press Anggota IKAPI dan APPTI.

Sudrajat A. R (2021). *Perilaku Organisasi Sebagai Suatu Konsep & Analisis*. Bali: NILACAKRA.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta

Tiara G. (2021). *Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator Di Media Sosial Instagram*. 6(3), 14-24.

Ulfah R., Ratnamulyani I. A., & Fitriah M. (2016). *Fenomena Penggunaan Foto Outfit Of The Day Di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman)*. 2(1), 1-14.

West R. & Turner L.H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika

Winarni W. E. (2018). *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. Jakarta: Bumi Aksara

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo

Zamzam F. & Firdaus. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Deepublis