

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan Abdullah Qutub, B. (2018). *Selfie Production: A Qualitative Study of Platform Affordances and Cultural Norms in Shopping Saudi Women's Selfie Practices Posted on Instagram and Snapchat*. *Ira.le.ac.uk*. University of Leicester.
- Andriani, D. (2015). Pengembangan Wisata Syariah Pengembangan Wisata Syariah, Kemenpar. *Repositori.Uin*, (2005). Retrieved from <http://www.google.com/search?client=opera&q=metode+tematik+dalam+penelitian+adalah&sourceid=opera&ic=UTF-8&oc=UTF-8#>
- Azwar, S. (1998). Metode Penelitian. In *Pustaka Pelajar*. Yogyakarta.
- Bungin, M. B. (2007). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya. In *Putra Grafika*. Jakarta.
- Creswell, J. W. (2010). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. In A. Fawaid (Ed.), *Pustaka Pelajar* (Edisi Keti, p. 383). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2016). Research Design Pendekata Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. In A. F. dan R. K. Pancasari (Ed.), *Pustaka Pelajar* (Edisi Empa, p. 368). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David Croteau, Willian Hoynes, S. (1997). Media/Society: Industris, Images, and Audiences In. In *Pine Forge Press*. London.
- Dewi, S. H. (2017). *Analisis Pesan Doto dan Teks Akun Instagram @kulinerdisolo yang Efektif dalam Mempromosikan Wisata Kuliner di Kota Solo*. Institut Agama Islam Negri Surakarta.
- Dijk, J. Van. (2006). The Network Society. In *SAGE Publications* (Second Edi). London.
- Dina, N. B. (n.d.). Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab pada Akun Instagram Selebgram Hijab (Analisis Wacana Aara Mills). *Media.Neliti*, 10. Retrieved from 10348-19999-1-SM.pdf%0D
- Handayani, R. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab Melalui Instagram. *Al-Munzir*, 9(2), 404–420. Retrieved from 789-1446-1-SM.pdf%0

- Hassim, N. (2017). Erratum to: Glocalizing' the Hijab: A Malaysia Prespective. SHS Web of Conferences. *SHS Web of Conferences*, 33, 00086. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300086>
- Hawley, S. (2017). Mengapa Semakin Banyak Wanita Indonesia yang Mengenakan Hijab? Retrieved September 17, 2017, from <http://www.matapolitik.com/mengapa-semakin-banyak-wanita-indonesia-yang-mengenakan-hijab/>
- Innova, E. I. (2016). Motiv dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *E-Komunikasi*, 4(1).
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktik Riset Komunikasi. In *PT. Kencana Pradana*. Jakarta.
- Lupinetti, V. M. (2014). *Self-Presentation and Social Media: Qualitative Examination of the Use of Instagram By Amateur NPC Demale Figure Competitors*. *SJSU ScholarWorks*. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.03.002>
- Martin Lister, Jon Dovey, Seth Diddings, Iain Grant, K. K. (2003). New Media: A. In *Rohledge Taylor & Prancis Grup* (1st ed.). London: Rohledge Taylor & Prancis Grup.
- McQuail, D. (2000). Communication Theory. In *Sage Publications* (4 th Editi). London.
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa = Mass Comunication Theory. In *Salemba Humanika* (edisi 6). Malang.
- Muhammad Rahim, Endang Erawan, J. A. (2018). Motif Pengguna Instagram Story (Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia di Smk Negeri 1 Samarinda), 6(3), 263–275.
- Muslim Pro. (2016). Top 10 Populasi Umat Muslim Terbesar di Dunia. Retrieved February 9, 2019, from <https://support.muslimpro.com/hc/id/artichles/115002006087-Top-10-Populasi-Uat-Muslim-Terbesar-di-Dunia>
- Neuman, W. L. (2003). *SOCIAL RESEARCH METHODS Qualitative and Quantitative Approaches* (Fifth).
- Nisa, E. F. (2017). Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram among Female Muslim Youth in Indinesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1–2), 68–99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>

- Nugraha, S. U. (2016). *Analisis Foto Produk Fashion Pada Account Instagram Toidiholic*. LAMPUNG.
- Pertiwi, W. K. (2018). Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia. Retrieved March 1, 2018, from <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>
- Piela, A. (2013). I am Just doing my bit to promote medesty: Niqabis' self-portraits on photo-sharing websites. *Routledge*, 13(5), 781–790. <https://doi.org/10.1080/14680777.2013.838358>
- Pramiyanti, E. B. dan A. (2018). Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct teh Ideal Muslim Woman. *Social Media and Society*, 4(4). <https://doi.org/10.11772056305118800308>
- Pratama, A. N. (2018). Hari ini dalam Sejarah : Aplikasi Instagram Dirilis. Retrieved from <http://tekno.kompas.com>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Budiluhur*, (April), 51–65.
- Rahman, N. S. A. (2015). Hijab Vloggers : Muslim Woman's Self Expression and Identity Articulation on Youtube. *Biomass Chem Eng*, 49(23–6), 79.
- Rosalia, A. (2016). Wanita Bercadar Dalam Islam. *Dalamislam.Com*. Retrieved from <https://dalamislam.com/info-islami/wanita-bercadar-dalam-islam>
- Setiawan, Y. (2016). Hijabers Kuasai 20 Persen Pasar Konsumen di Indonesia. Retrieved from <https://www.arah.com/article/99/hijaber-kuasai-20-persen-pasr-konsumen-di-indonesia.html>
- Sianipar, A. P. (2010). Pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa, 1–10.
- Tantra, I. (2015). Persepsi Masyarakat Tentang Perempuan Bercadar. *Equilibrium*, III(1), 116–125.
- Tiffany, S. Z., & Fatoni, U. (2016). Pesan Dakwah Visual tentang Muslimah di Media Sosial Line @ dakwahmuslimah. *Tabligh*, 1(April), 111–127. Retrieved from 28-Article Text-94-1-10-20180722.pdf%0D

- Walgito, B. (2010). Pengantar Psikolog Umum. In *Andi* (p. 268). Yogyakarta: Andi.
- Waninger, K. (2015). *Thee Veild Identity: Hijabistaas, Instagram and Branding In The Online Islamic Fashion Insdustry. Women's Studies Theses*. Georgia State University. Retrieved from http://scholarworks.gsu.edu/wsi_theses
- We Are Social and Hootsuite Survei. (2018a). Data Pengguna Instagram Per Umur. Retrieved from <https://kekitaan.com/layanan-kita/data-pengguna-instagram-per-umur/>
- We Are Social and Hootsuite Survei. (2018b). Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>
- Yahya, M. F. A. & M. (2018). Motivasi Mahasiswa Bergabung Dalam Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsyiah yang Menggunakan Instagram). *FISIP Unsyiah*, 3(2), 17–28.