

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, H., & Aprianty, R. A. (2024). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada *Quarter Life Crisis* Pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 7. <https://doi.org/10.47134/Pjp.V1i2.2269>
- Almira, T., & Syamsiyah, N. (N.D.). Karakteristik Pengikut Aktif Instagram Coffee Garung Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Domisili, Dan Status Pekerjaan..
- Amir, A. S. (2024). Dasar Komunikasi. <https://www.researchgate.net/publication/383874190>
- Andriana, I. (2009). Kurikulum Berbasis Gender (Membangun Pendidikan Yang Berkesetaraan). Tadrís. Volume 4. Nomor 1. 2009.
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih *Engagement Audiens*. *Jurnal Barik*, 4(3), 141–151. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Bourdieu, P. (1986). The Forms Of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook Of Theory And Research For The Sociology Of Education* (Pp. 241–258). Greenwood Press.
- Brodie, R. J., Hollebeck, L. D., Juric, B., & Ilic, A. (2013). *Consumer Engagement In A Virtual Brand Community: An Exploratory Analysis*. *Journal Of Business Research*, 66(1), 105–114. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.029>
- Brodie, Roderick J, Hollebeck, Linda D, Jurić, Biljana, & Ilić, Ana. (2011). *Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, And Implications For Research*. *Journal Of Service Research*, 14(3), 252–271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>
- Cenadi, C. Suharto. (1999). Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual (Vol. 1, Number 1). <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>
- Ch, M. (2012). Rekonstruksi Kesetaraan Dan Keadilan Gender Dalam Konteks Sosial Budaya Dan Agama. *Egalita*. <https://doi.org/10.18860/egalita.V0i0.1910>
- Danesi, Agustyani. (2019). Pengaruh Isi Pesan Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Rachelvennya (Survey Pada *Followers* Akun Instagram @Rachelvennya).
- Fabian, M. (2025). Pengaruh Kualitas Konten Dan Penggunaan Elemen Visual Pada Akun Instagram @Froyonion Terhadap Perilaku Engagement Pengikut.

- Fahriza Permana, M., Setiawan, K., & Luthfie, M. (2023). Pengaruh Isi Pesan Konten Instagram @Totalpolitikcom Terhadap Sikap Politik Mahasiswa Menjelang Pemilu 2024. In *Karimah Tauhid* (Vol. 2, Number 6).
- Fiisabilillah, A. F., Sugiana, D., & Trulline, P. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Akun Instagram @Crito\_. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 184. <https://doi.org/10.24198/Comdent.V1i1.45741>
- Firdaus Haidar, N. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk *Customer Engagement*. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Halizah, L. R., Faralita, E., Negeri, I., & Banjarmasin, A. (2023). Budaya Patriarki Dan Kesetaraan Gender. 11(1).
- Harmoni, J., & Bangsa, N. (2023). Jurnal Harmoni Nusa Bangsa Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja Di Indonesia. 1(1). <http://stipram.co.id>
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). *Instagrammatics And Digital Methods: Studying Visual Social Media, From Selfies And Gifs To Memes And Emoji*. *Communication Research And Practice*, 2(1), 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>
- Hollebeck, L. D. (2011). *Demystifying Customer Brand Engagement: Exploring The Loyalty Nexus*. *Journal Of Marketing Management*, 27(7–8), 785–807. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500132>
- Karim, A. A. (2019). Pengaruh Isi Pesan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Anak Remaja (Survei Pada *Follower* Instagram @Edlnlaura).
- Kaur, P., Dhir, A., Rajala, R., & Dwivedi, Y. K. (2020). *Why People Use Instagram? Role Of Perceived Value, Perceived Enjoyment, And Perceived Trust*. *Telematics And Informatics*, 45, 101300. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101300>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Education.
- Lauglo, J. (2011). *Education And Civic Engagement: Review Of Research And Implications For Teaching*. Springer.
- Muhammad, M., & Tonapa, J. F. (2021). *The Effect Of Education Level On Improving Employee Performance In Thenational Unity, Politics And*

*Community Agency Of South Sulawesi Province. Jurnal Administrasi Negara, 27(1).*

- Nethan, A., Dewin Ikhtiarin, A., Agustin, V. M., Veri, M., Yuel, D. B., Subandi, Y., Nuswantoro, B. S., Studi, P., Internasional, H., Sosial, I., & Ekonomi, D. (2022). *Creative Commons Atribusi-Nonkomersial 4.0 Internasional. (CC BY-NC 4.0) | 240 VOLUME 6 NUMBER 2*. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1>
- Pang, Z. (2023). *The Significance And Effect Analysis Of Color Application In Visual Communication Design*. In *Contemporary Education Frontiers* (Vol. 1).
- Prameswari, N. P. L. M., Banda, M. M., & Putra, I. N. D. (2025). *The Discourse Of Resistance Against Patriarchal Culture In Short Stories By Three Balinese Women Writers. Mudra Jurnal Seni Budaya, 40(1), 95–110*. <https://doi.org/10.31091/mudra.v40i1.3034>
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). *Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya)*.
- Rianandita Sari, N., & Makkie Perdana Kusuma, N. (2022). Pengaruh Perilaku Penumpang Udara Dalam Menggunakan Instagram Terhadap Pemilihan Destinasi Desa Wisata
- Rino Febrianno Boer Nova Saha Fasadena, Mk., Adrian Kede, Ms., Muhammad Al-Muizul Kahfi, Mik., Leila Mona Ganiem, Ma., Synthia Sumartini Putri Sikom, Ms., Nelson Hasibuan, M., & Nur Subchan, Mt. (N.D.). Pengantar Ilmu Komunikasi.
- Saputra, C. D., & Watie, E. D. S. (2024). Persepsi Warga Barutikung Terhadap Perempuan Perokok Di Kelurahan Bandarharjo.
- Setiawan, H., Amayati, V., & Naskah, H. (2025). Analisis Tipografi Dan Tata Letak Terhadap Daya Serap Informasi Dalam Media Cetak. 8(1), 42–52. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1>
- Sihombing, B. (2012). *Dalihan Na Tolu: Falsafah Hidup Masyarakat Batak Toba*. Penerbit Ombak.
- Simanjuntak, R. (2006). *Adat Dan Identitas Dalam Masyarakat Batak Toba*. Pustaka Sinar Harapan.
- Syifa Syauqiyah, N., Nurbayani, S., & Supriadi, A. (N.D.). Pengaruh Penggunaan Instagram @Magdaleneid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berperspektif Gender Bagi *Followers*.

- Trisnawati, O., & Widiansyah, S. (2022). Kesetaraan Gender Terhadap Perempuan Dalam Bidang Pendidikan Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 13(2), 339. <https://doi.org/10.26418/J-Psh.V13i2.54606>
- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). *Conceptualising And Measuring Social Media Engagement: A Systematic Literature Review*. In *Italian Journal Of Marketing* (Vol. 2021, Number 3, Pp. 267–292). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/S43039-021-00035-8>
- Yulifia, S., Mbp, R. L., & Sevilla, V. (N.D.). *Elaboration Likelihood Model Pada Tagline “Kresek” Di Instagram Ads @Zanbodysoap.Id*.
- Zhou, Z., & Elejalde, E. (2024). *Unveiling The Silent Majority: Stance Detection And Characterization Of Passive Users On Social Media Using Collaborative Filtering And Graph Convolutional Networks*. *EPJ Data Science*, 13(1). <https://doi.org/10.1140/Epjds/S13688-024-00469-Y>



