

DAFTAR PUSTAKA

- Ainie, R. Q., & Silalahi, R. R. (2020). Strategi Pesan Persuasif Terkait Program One Ride One Seed Pada Postingan Instagram@ Bluebirdgroup. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1).
- Akbar, R. F. (2016). Strategi Komunikasi Media Sosial Dalam Program *One Day One Juz*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Arifuddin, M. R., & Irwansyah, I. (2019). Dari foto dan video ke toko: Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal komunikasi dan kajian media*, 3(1).
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. 20(2).
- Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bellanandra, Regina. (2016). Proses Pengolahan Pesan Persuasi dan Efek Perubahan Sikap pada Konsumen Ramayana *Department Store* Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya
- Doembana, Ismawati, Abdul Rahmat, dkk. (2017). *Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Effendy, Onong Uchjana. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2).
- Ghony, M. Djunaidi, Fauzan Almansur. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta.
- Hajar, S. A., & Anshori, M. S. (2021). Strategi komunikasi persuasif farah qoonita dalam menyampaikan dakwah melalui new media. *Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2).
- Haryoko, Sapt dkk. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Makassar : Badan Penerbit UNM.
- Hendri, Ezi. (2019). *Komunikasi Persuasif : Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2019).

- Idrus, Muhammad. (2009). *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Inda Lusiyana, L. U. S. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran kitty hijab di media sosial instagram* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Karyaningsih, RR. Ponco Dewi. (2018). *Ilmu Komunikasi*, ed. by Alviana C. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Kusumawati, S. P. (2022). Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z: Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z. *Al-Insan: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, 3(1).
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Mahanani, Prima Ayu Rizqi. (2023). Dampak Tayangan Bertema Stigmatisasi Pada ODHA (Orang Dengan HIV/AIDS). Prosiding UNIDA Gontor.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1).
- Mayani, L. A. (2017). *Mengenal Media Sosial Agar Tak Menyesal*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2).
- Panuju, Redi. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi Sebagai Kegiatan, Komunikasi Sebagai Ilmu*, 1st edn. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pradono, Julianty, dkk. (2018). *Panduan Penelitian dan Pelaporan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Rahmaniar, A. W., & Lestari, M. T. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi dan Informatika. *e-Proceedings of Management*, 6(1).
- Rohmadi, Arif. (2016). *Tips Produktif Ber-Social Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Sakhinah, S., & Arbi, A. (2019). Persuasive Strategic Communication: Tabligh in Komunitas Anak Muda Berhijrah or Hijrah Youth Community. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*. 23(1).
- Siyoto, Sandu, M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soemirat, Soleh dkk (2018). *Komunikasi Persuasif, Edisi 2*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Syafi'I, Sufyan. (2020). Urgensitas Sanad sebagai Modal Sosial Pesantren dalam Deradikalisasi Islam. *The International Journal of PEGON Islam Nusantara Civilization*. 3(2).
- Tulandi, E. V., Rifai, M., & Lubis, F. O. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental. *Jurnal PETIK Volume*, 7(2).
- Wiksana, W. A. (2019). Strategi Komunikasi Akun Instagram @Kpopers.hijrah dalam Mengajak Kpopers untuk Berhijrah. *Prosiding Manajemen Komunikasi*.
- Yusuf, Muhammad Fahrudin. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ed. by Daru Tunggal Aji. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.

Referensi Lainnya

- Dinas Pendidikan Pemerintah Kota Jambi, Edukasi Adalah Pendidikan, Ketahui Jenis-Jenis Dan Manfaatnya. 31 Mei 2021, (<http://disdik.jambikota.go.id/berita/detail/edukasi-adalah-pendidikan-ketahui-jenisjenis-dan-manfaatnya>). Diakses pada 6 Juli 2022.
- Gina Luttrell. 'The Circular Model of SoMe for Social Communication'. (<https://ginaluttrellphd.com/the-circular-model-of-some-for-social-communication/>). Diakses pada 26 September 2022.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 'Pengertian Strategi'. (<https://kbbi.web.id/strategi>). Diakses pada 6 Juli 2022.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 'Pengertian Edukasi'. (<https://kbbi.web.id/edukasi>). Diakses pada 6 Juli 2022.