

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikari, R., & Gautam, P. (2021). Bridging the Digital Divide: Access to Information and Empowerment of Women in Rural Nepal. *Journal of Communication and Media Research*, 13(2), 78–95.
- Anggito, A. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Anwar, M. (2020). Komunikasi dan Pemberdayaan di *Instagram*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2).
- Asri Hanafi. (2024). *Pemberdayaan Perempuan melalui Komunitas Online RUBI Community*. Skripsi, UIN Sunan Kalijaga.
- Bend Abidin Santosa. (2017). Peran Media Massa Dalam Mencegah Konflik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 210–211.
- Cesta Izzati Ukarana, dkk. (2024). Respons terhadap Komunitas AnieSpace sebagai Bentuk Ruang Publik Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Della Porta, D., Mattoni, A., & O'Connor, P. (2020). *The Communication of Social Protest: Media and Movements in the Digital Age*. Rowman & Littlefield International.
- Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., dkk. (2016). *Komunikasi Massa*. Singaraja.
- Edy Kurniawansyah, & Sumitro. (2020). Peran Media Massa Dalam Pengembangan Budaya Akademik Mahasiswa Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(3).
- Hadari Nawawi, & Martin, M. (2015). *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hastuti, & Respati, D. (2009). *Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Berbasis Pemanfaatan Sumberdaya Pedesaan*. Yogyakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Istijanto Oei. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kaur, H., & Singh, J. (2022). Social Media as a Tool for Women Empowerment: A Study of Digital Initiatives in India. *International Journal of Research in Humanities, Arts and Literature*, 10(1), 40–52.

- Kim, S., & Kim, Y. (2021). Corporate Social Responsibility (CSR) Communication and Its Impact on Consumer Trust and Purchase Intention. *Journal of Business Ethics*, 173(3), 481–495.
- Lim, D., Lee, J., & Kim, J. (2021). A Hybrid Approach for Effective Online and Offline *Community* Engagement. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(4), 167–182.
- Lou, C., & Yuan, S. (2021). Influencer Marketing on Social Media: A Literature Review and Research Agenda. *Journal of Advertising*, 50(4), 413–431.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, N. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Murniati Ruslan. (2010). Pemberdayaan Perempuan dalam Dimensi Pembangunan Berbasis Gender. *Musawa*, 2(1).
- Murniati, A. R. *Sekolah dalam Pemberdayaan*. Perdana Publishing.
- Noviana, E. (2019). Pemberdayaan Perempuan di *Instagram* Melalui Komunitas Teknologi. *Jurnal Perempuan dan Anak*, 4(2).
- Nurhayati, S., Rahmat, R., & Widyastuti, H. (2020). Peran Komunitas Online dalam Pemberdayaan Perempuan di *Instagram*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(2), 178–192.
- O'Leary, J. A., & Chhetri, R. (2020). Assessing the Impact of Digital Literacy Programs on Women's Empowerment in Developing Countries. *Information Technology for Development*, 26(3), 503–519.
- Panda, P. K., & Kumar, S. (2020). Digital Literacy and Women's Empowerment: A Study of Rural India. *Gender, Technology and Development*, 24(3), 295–312.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Prasetyo, A. F., & Hidayat, M. (2021). Media Sosial sebagai Ruang Advokasi dan Peningkatan Agensi Perempuan Muda. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 67–80.
- Putri, D. A. (2020). Pemberdayaan Perempuan Melalui Komunitas Teknologi: Studi Kasus Rubi *Community*. *Jurnal Komunikasi*, 12(2).
- Rathore, N., Sharma, S., & Kaur, R. (2022). The Role of Narrative Communication in Promoting Women's Health and Empowerment. *Journal of Health Communication*, 27(5), 350–362.

- Rifa Ramadhani, Rini Riyantini, Miananda Emiliana, & Dinda Puspita Hervira. (2023). Analisis Isi Pesan Persuasif dalam Konten Media Sosial TikTok @RubiCommunity Mengenai Kampanye Pemberdayaan Perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2).
- Syahdara Anisa Makruf, & Fuad Hasyim. (2022). Pemberdayaan Perempuan Melalui Gerakan Literasi di *Instagram*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Yuana Novita Sari. (tanpa tahun). Partisipasi Anggota Brand *Community* dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus pada RUBI *Community* by Avoskin). Skripsi.

Referensi Lainnya :

- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. Pemberdayaan Perempuan di Indonesia. Diakses 12 Agustus 2024, dari <https://pppa.go.id/pemberdayaan-perempuan>
- RUBI *Community*. About Us. Diakses 14 Agustus 2024, dari <https://rubiCommunity.com/about>
- Wawancara dengan Jenri Dewany, *Ambassador RUBI Community*, 20 Mei 2025
- Wawancara dengan Nada Istighfariana, *Team RUBI Community*, 21 Mei 2025
- Wawancara dengan Nurul Fauziah, *Anggota RUBI Community*, 19 Mei 2025
- Wawancara dengan Pradistya Arta Mevia, *Anggota RUBI Community*, 19 Mei 2025
- Wawancara dengan Suhartini, *Team RUBI Communit*, 21 Mei 2025
- Wawancara dengan Yani Ambassador *RUBI Community*, 20 Mei 2025