

DAFTAR PUSTAKA

- Aichner, T. G. (2021). 25 years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 215-222.
- Azizah, N. (2021). Dakwah Digital dan Media Sosial: Pengaruh Media Sosial dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 67-79.
- Basuki, S. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Rineka Cipta.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Falls, J. (2012). Engagement: A New Definition of Digital Marketing. *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 12-22.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Bumi Aksara.
- Hamdani, A. (2023). Instagram sebagai Platform Digital Marketing. *Jurnal Teknologi Informasi*, 101-115.
- Indonesia, K. A. (2022, August 30). Jumlah Peristiwa Nikah Menurut Bulan Satu Data Kemenag. pp. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-peristiwa-nikah-menurut-bulan>.
- Kaplan, A. M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.
- Kotler, P. H. (n.d.). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. 2019: Gramedia Pustaka Utama.
- Nugraha, A. D. (2022). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pencarian Solusi Moral. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 223-234.
- Paine, K. D. (2011). *Measure What Matters: Online Tools for Understanding Customers, Social Media, Engagement, and Key Relationships*. John Wiley & Sons.

- Pratama, A. (2023). Peran Media Sosial dalam Komunikasi Digital dan Pengembangan Diri. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*, 45-60.
- Putra, R. &. (2023). Instagram dan Generasi Milenial: Studi Kasus Penggunaan Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 98-112.
- Putri, T. I. (2024). Strategi Konten Marketing Innovation Day dalam Meningkatkan Engagement Pada Media Sosial Tiktok. *Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 661-670.
- Quesenberry, K. A. (2019). What Makes Content Go Viral? The Emotional and Psychological Motivations behind Sharing Social Media Content. *Journal of Interactive Marketing*, 94-107.
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. John Wiley & Sons.
- Solis, B. (n.d.). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. 2010: John Wiley & Sons.
- Sulaiman, M. (2021). Persaingan Akun Dakwah di Media Sosial: Analisis Strategi Konten di Instagram. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1-14.
- Syafira, N. &.-S. (2023). Hijrah dan Ta'aruf: Fenomena Sosial di Kalangan Generasi Milenial. *Jurnal Sosial Islam*, 55-56.
- Willis, P. (2009). *Bimbingan Pra-Nikah dalam Perspektif Islam*. Pustaka Pelajar.

Internet

- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). Jumlah Peristiwa Nikah Menurut Bulan. Satu Data Kemenag. Diakses pada 30 Agustus 2024, dari <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-peristiwa-nikah-menurut-bulan>
- Instagram @jofisah.id. Diakses pada 30 Agustus 2024, dari <https://www.instagram.com/jofisah.id/>
- Instagram @indonesiatanpapacaran. Diakses pada 30 Agustus 2024, dari <https://www.instagram.com/indonesiatanpapacaran/>