

# **Representasi Nilai *Fashion Modest* dalam Konten Instagram @dwiandaanda (Studi Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)**

Hanna Pithaloka<sup>1</sup>,Nadhifa Fatma Ali<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Politeknik Kreatif Indonesia

<sup>1,2</sup>Jalan Asem Dua No.3-5, Cipete Kec.Cilandak , Jakarta Selatan 12410

<sup>1</sup>hannapithaloka@yahoo.com

## **Abstrak**

Jumlah penduduk muslim terbesar kedua di dunia dengan 281 juta jiwa dan potensi PDB sebesar USD 5,1 miliar per tahun di sektor ekonomi halal termasuk Modest Fashion. Peran influencer generasi milenial seperti ig @dwiandaanda juga turut memberikan kontribusi besar bagi industri busana muslim dengan jumlah pengikut sebanyak 2 juta orang, melalui kontennya merefleksikan nilai-nilai Islam sebagai citra diri sekaligus merambah pasar muslim di tanah air. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tanda-tanda (gambar, teks, emoji, caption atau elemen visual) dalam menciptakan makna pada setiap kontennya. menggunakan teori komunikasi Ferdinand de Saussure yang terbagi menjadi penanda (signifier) dan petanda (signified) yang berkaitan dengan makna. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Disimpulkan bahwa konten banyak menyampaikan pesan kasih sayang dalam dinamika tumbuh kembang anak, busana yang digunakan merefleksikan filosofi desain busana modest yang longgar, netral dan elegan serta modern. Secara visual, warna tone coklat, putih, dan krem menunjukkan estetika minimalis yang sering digunakan oleh brand busana modest fashion. Konten ini tidak hanya menjual produk, tetapi juga gaya hidup dan kehidupan sehari-hari yang memiliki hubungan emosional dengan konsumen. Filosofi gaya hidup dalam kontennya sejalan dengan target audiens wanita Muslim, seperti religiusitas, nilai-nilai spiritual, kebahagiaan, dan kesederhanaan. Modest fashion merupakan representasi dari kebebasan dari stigma, kepercayaan diri yang kuat dalam kelembutan, inklusivitas, dan adaptif terhadap kebutuhan gaya hidup aktif, serta penuh dengan pencapaian dalam nilai-nilai Islam. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan studi survei follower untuk mengukur preferensi mereka terhadap UGC (User Generated Content) terkait.

**Kata Kunci:** *Semiotik; Komunikasi, Influenceur; Fashion Modest; Indonesia*

Diterima: 11-12-2024

Disetujui: 25-01-2025

Dipublikasikan: 31-01-2025

# **Representation of Modest Fashion Values in @dwiandaanda Instagram Content (Semiotic Analysis Study Ferdinand de Saussure)**

## **Abstract**

*The second largest Muslim population in the world with 281 million people and a potential GDP of USD 5.1 billion per year in the halal economy sector including Modest Fashion. The role of millennial generation*

*influencers such as ig @dwihandaanda has also contributed greatly to the Muslim fashion industry with 2 million followers, through her contents reflecting Islamic values as self-image and at the same time reaching the Muslim market in the country. The purpose of this study is to describe the signs (images, text, emojis, captions or visual elements) in creating meaning in each of its contents using Ferdinand de Saussure's communication theory which is divided into signifiers and signifieds related to meaning. The method used is a qualitative descriptive approach with an interpretive approach. It is concluded that the content conveys many messages of affection in the dynamics of child development, the clothes used reflect the philosophy of loose, neutral and elegant and modern modest fashion design. Visually, the colors of brown, white, and cream tones indicate a minimalist aesthetic that is often used by modest fashion brands. This content not only sells products but also lifestyle and daily life with emotional connection to consumers. The lifestyle philosophy in its content is in line with the target audience of Muslim women, such as religiosity, spiritual values of happiness and simplicity. Modest fashion is a representation of freedom from stigma, strong self-confidence in gentleness, inclusivity and adaptive to the needs of an active lifestyle and full of achievements in Islamic values. For further researchers, they can conduct a survey study on followers to understand their preferences for related UGC (User Generated Content).*

**Keywords:** *Semiotic; Communication; Influenceur; Fashion Modest; Indonesia*

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki jumlah populasi muslim terbesar kedua di dunia (Dwi, 2024) dengan jumlah sebanyak 281 juta penduduk (BPS, 2024). Kategori fesyen menempati peringkat ketiga secara global selain sektor makanan, minuman dan keuangan Islam di sektor ekonomi halal dengan potensi PDB USD5,1 miliar per tahun (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019) serta negara terbesar ketiga di antara negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), (GEMA, 2019).

Perhelatan resmi internasional Indonesia International Modest Fashion Festival Indonesia IN2MF 2024 yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia, Kementerian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Republik Indonesia dan Indonesian Fashion Chamber (IN2MF, 2024) turut memicu pertumbuhan sektor ini. Dalam hal loyalitas merek dan daya beli menunjukkan keberagaman dalam sektor *modest* (Putri et al., 2024).

Kendati daya beli busana muslim sebelum pandemi mengalami

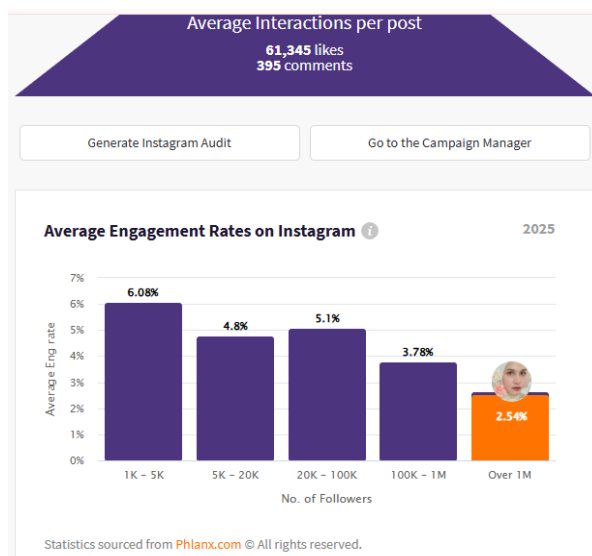
peningkatan signifikan \$20 miliar (sekitar Rp279,03 triliun), sempat mengalami penurunan selama pandemi dikarenakan ketidaksiapan pelaku usaha UMKM dalam penggunaan teknologi pemasaran offline menjadi online (Isnaini, 2021). Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia menyelenggarakan kegiatan pendampingan seperti Baparekraf Digital Entrepreneurship (BDE 2.0), program inkubasi online gratis kepada pelaku UMKM Indonesia ekonomi kreatif termasuk brand fashion lokal untuk menghadapi era ini. (Anastasya, 2021).

Media sosial memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan tren mode fashion. Pertumbuhan sektor fashion modest era digital saat ini diperkuat oleh kehadiran influenceur. Maraknya influenceur sebagai stakeholder di platform media sosial berperan meningkatkan kesadaran merek dan mendongkrak penjualan. Hal ini merupakan tren yang berkembang dalam pemasaran digital di masa pascapandemi. Influencer wanita muda Muslim memberikan kontribusi

besar bagi industri mode busana muslim, menjangkau pasar yang cukup besar, dan mendorong ekonomi dunia. (Manzoor et al., 2024).

Penelitian ini adalah menganalisis konten media sosial influencer Muslimah Indonesia @dwiandaanda, yang juga seorang pemilik brand fashion muslim lokal berdasarkan jumlah likes dan komentar terbanyak di akunya. Dwi Handa merupakan publik figur dengan gaya hidup Islami dan estetika modest menjadi inti dari citra yang ia bangun mempunyai 2,2 juta follower pada saat penelitian ini dibuat.

Gambar 1 : Keterlibatan rata – rata atau *Average Engagement Rate*



Sumber : Phlanx.com(Phlanx, 2024)

Konten yang dibuatnya termasuk foto, caption, dan video di Instagram, mencerminkan nilai-nilai fashion modest yang tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi pribadi tetapi juga strategi brandingnya untuk memengaruhi audiens. Tujuan

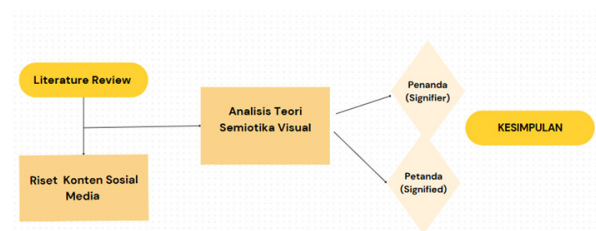
penelitian ini menganalisis konten influencer Muslimah Instagram ig@ dwiandaanda sebagai pemilik brand modest fashion ig@ Kaymara dan ig@ Hanum Scarves (Handayani, 2025), dalam mendeksripsikan tanda-tanda (gambar, teks, emoji, caption, atau elemen visual lainnya) dalam penciptaan makna di konten di platform instagramnya dalam konteks modest fashion guna meningkatkan citra diri dan merek yang dikelolanya.

## KAJIAN PUSTAKA

Ferdinand de Saussure adalah bapak ilmu linguistik modern yang mereorganisasikan kajian yang sistematis terhadap bahasa dan mempromosikan semiologi. Menurutny . semua tanda terdiri atas suatu penanda (signifier) dan ditanda (konsep atau signified), yakni bentuk dengan makna atau makna-makna yang terkait. kata-kata, simbol, atau tanda yang digunakan orang dalam berkomunikasi merupakan representasi konsep atau makna yang lebih dalam (Culler, 1996). Teori semiotika banyak digunakan dalam analisis komunikasi visual dalam gambar postingan akun instagram (Astuty et al., 2019)

## METODE PENELITIAN

Gambar 1 : Kerangka konsep penelitian


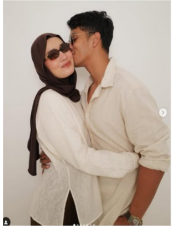



Sumber : Peneliti (2025)

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah untuk

menggambarkan, mengungkapkan makna atau konsep dari lima gambar postingan yang mempunyai likes terbanyak.


### HASIL DAN PEMBAHASAN


No	Akun Ig : @dwiandaanda	Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)
Konten 1 163k likes 932 comment		<p>-Seorang anak kecil mengenakan pakaian safari, melambangkan seorang penjelajah atau penjaga hewan.</p> <p>-Anak kedua mengenakan kostum harimau, melambangkan karakter hewan yang lucu dan menggemaskan.</p> <p>Caption:</p> <p>-Teks yang menyatakan, “Sampe harus ngedatengin petugas Safari demi menaklukkan macan kecil yang giginya baru 4, petugasnya juga kewalahan. 🐼”</p> <p>-Emoticon menunjukkan rasa humor dan situasi yang membuat kewalahan tetapi tetap menggemaskan.</p>	<p>Pesan yang ingin disampaikan adalah humor dan kasih sayang dalam dinamika anak-anak.</p> <p>Menggunakan perumpamaan safari untuk menggambarkan tantangan dalam mengurus anak kecil menambahkan elemen komedi.</p> <p>Pesan secara implisit merayakan masa kecil dan momen lucu dalam tumbuh kembang anak.</p>
Konten 2 138k likes 961 comment		<p>Visual :</p> <p>-Hijab &amp; Busana sederhana</p> <p>Pakaian yang dikenakan pemilik akun mencerminkan filosofi desain dari brand modest fashion yaitu longgar, berwarna netral, dan elegan dalam kesederhanaan.</p> <p>-Warna palet natural: Warna-warna earth tone seperti coklat, putih, dan krem mengindikasikan estetika minimalis, sering digunakan oleh brand modest fashion untuk mengomunikasikan keanggunan yang tak berlebihan.</p>	<p>-Kesopanan yang Elegan (Modesty Meets Elegance): Pakaian yang dikenakan mencerminkan core value dari brand modest fashion, yaitu menampilkan kesopanan tanpa mengorbankan keanggunan atau relevansi dengan tren modern.</p> <p>-Personal Branding Sebagai Representasi Produk:</p> <p>Pemilik akun secara langsung menjadi wajah dari brand mereka. Gaya hidup yang ditampilkan</p>

		<p>-Teks dan Interaksi Media Sosial: Caption “Gini bukan postingan fotonya kalau pake lagu garam dan madu?”:</p> <p>Menggunakan nada santai dan relatable, pemilik akun menghubungkan gaya visual dengan suasana hati tertentu. Ini menunjukkan bahwa brand tidak hanya menjual produk, tetapi juga gaya hidup dan emosi.</p> <p>-Komentar audiens: Interaksi followers (misalnya, doa dan pujian pada modesty) menunjukkan bahwa audiens telah mengasosiasikan nilai-nilai seperti kesederhanaan, kebahagiaan keluarga, dan religiusitas dengan pemilik akun, yang secara otomatis tercermin pada brand mereka.</p>	<p>di media sosial—keluarga, keseharian, dan busana modest—menciptakan keterhubungan emosional dengan konsumen.</p> <p>1. Melalui penanda visual (busana) dan interaksi di kolom komentar, brand tidak hanya memasarkan pakaian, tetapi juga filosofi gaya hidup yang selaras dengan audiens target, seperti religiusitas, kebahagiaan, dan kesederhanaan.</p>
<p>Konten 3</p> <p>127k likes</p> <p>882 comment</p>		<p>Visual:</p> <p>-Pemilik akun mengenakan pakaian dengan desain modest: Atasan putih dengan detail kerah besar dan bordir minimalis: Menonjolkan elemen feminin dan elegankhas tren modest fashion.</p> <p>-Rok panjang berwarna coklat tua: Memperkuat estetika modest yang sering menggunakan warna-warna natural.</p> <p>-Tas selempang putih kecil dan bunga lili putih: Simbol kebersihan, kesederhanaan, dan keanggunan.</p> <p>-Hijab berwarna coklat: Melengkapi keseluruhan palet warna earth tone yang konsisten dengan tren modest fashion.</p> <p>Teks (Caption dan Hashtag):</p>	<p>Makna dan Hubungan dengan Tren Fashion Modest:</p> <p>-Kesopanan dan Keanggunan:</p> <p>-Kombinasi pakaian dengan desain longgar dan warna natural mencerminkan nilai-nilai modest fashion, yaitu kesopanan yang tidak mengorbankan estetika.</p> <p>-Bunga lili yang dipegang menambah simbolisasi keanggunan dan kesucian, selaras dengan karakteristik pakaian yang ditampilkan.</p> <p>-Branding dan Loyalitas Konsumen:</p>

		<p>Caption:</p> <p>-“Kalau jiwa itu ibarat benih bunga...” menggunakan metafora bunga untuk menggambarkan pertumbuhan, kebaikan, dan keindahan jiwa. Hal ini menambahkan dimensi emosional dan filosofis pada citra modest fashion, yang sering dikaitkan dengan kepribadian anggun dan religius.</p> <p>-Penjelasan tentang outfit (OOTD) menunjukkan bahwa semua pakaian dan aksesoris berasal dari satu brand, menciptakan keterkaitan antara personal branding dengan produk yang ditampilkan.</p> <p>Hashtag:</p> <p>-“#elizabeth” dan “#paragonofelegance” mengaitkan brand dengan kesan kemewahan yang tetap sopan dan relevan untuk penggemar modest fashion.</p>	<p>Dengan menyebut merek secara eksplisit dan memadukannya dengan gaya hidup personal, pemilik akun memposisikan brand sebagai bagian integral dari identitasnya. Ini mengkomunikasikan kepada audiens bahwa produk brand tersebut cocok untuk mereka yang ingin tampil elegan dalam balutan modest fashion.</p> <p>1.Nilai Filosofis:</p> <p>-Metafora tentang “bunga” di caption menyiratkan pesan bahwa modest fashion tidak hanya tentang pakaian, tetapi juga mencerminkan kepribadian, perkembangan diri, dan nilai-nilai spiritual.</p> <p>-Hal ini memperkuat hubungan emosional antara audiens (sebagai konsumen) dengan brand, menciptakan daya tarik yang lebih dalam dari sekadar produk fisik.</p> <p>2.Konteks Sosial dan Budaya:</p> <p>-Tren modest fashion yang ditampilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan estetika, tetapi juga nilai-nilai budaya lokal</p>
--	--	---	--



			seperti kesopanan dan religiusitas, yang sering dihargai di kalangan penggemar modest fashion.
Konten 4 97k likes 165 comment		<p>1. Penanda (Signifier)</p> <p>a. Pakaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gaun putih sederhana dengan tekstur elegan mencerminkan kesan klasik dan bersahaja.</li> <li>-Mantel berbulu ungu pastel yang oversized memberikan kesan hangat, feminin, dan lembut.</li> </ul> <p>b. Warna:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Dominasi warna putih pada gaun melambangkan kesucian dan kesederhanaan, yang sering dikaitkan dengan nilai-nilai modest fashion.</li> <li>-Ungu pastel melambangkan keanggunan dan ketenangan, mendukung estetika modest.</li> </ul> <p>c. Latar Tempat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Menara Eiffel (ikon Paris) menunjukkan pengaruh budaya dan mode Parisian, simbol pusat mode dunia.</li> <li>-Latar musim gugur (dedaunan coklat dan kuning) memberikan nuansa alami dan mendukung elemen kelembutan pakaian.</li> </ul> <p>d. Ekspresi dan Gaya Pose:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pose santai dengan tangan terangkat mencerminkan kebebasan dan rasa percaya diri.</li> <li>-Ekspresi bahagia seorang anak kecil menunjukkan kenyamanan dalam mengenakan modest fashion.</li> </ul>	

<p>Konten 5 105k likes 701 comment</p>		<p>a. Pakaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mengenakan hijab berwarna hitam, yang menjadi elemen utama modest fashion.</li> <li>-Sportswear seperti leggings dan kaus olahraga, dipadukan dengan rompi merah (nomor peserta), memberikan kesan fungsional dan sporty.</li> <li>-Sepatu olahraga warna terang menunjukkan fokus pada kenyamanan.</li> </ul> <p>b. Aktivitas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gambar menunjukkan seorang wanita yang sedang berlari dalam sebuah lomba lari (kemungkinan 10K), dengan ekspresi gembira saat mendekati garis finis.</li> </ul> <p>c. Warna:</p> <p>Kombinasi warna hitam (netral) dan merah (energi, keberanian) mencerminkan semangat dalam aktivitas olahraga.</p> <p>d. Latar:</p> <p>Latar belakang event lomba lari dengan spanduk dan peserta lain, menandakan ini adalah acara resmi yang melibatkan komunitas.</p>	<p>Keselarasan Modest Fashion dan Aktivitas Olahraga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pakaian yang menutupi tubuh dengan hijab menunjukkan bahwa modest fashion dapat disesuaikan dengan aktivitas fisik seperti olahraga, tanpa mengorbankan nilai kesopanan.</li> <li>Ini memperlihatkan bahwa modest fashion dapat inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan gaya hidup aktif.</li> </ul> <p>b. Empowerment Perempuan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gambar ini memberikan pesan pemberdayaan, menunjukkan bahwa perempuan berhijab dapat menjalani gaya hidup aktif dan sehat, sekaligus tetap mematuhi nilai-nilai modesty.</li> <li>-Ekspresi bahagia mencerminkan rasa pencapaian dan semangat.</li> </ul> <p>c. Pengaruh Tren Modest Activewear:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pakaian olahraga dengan desain yang tetap memenuhi prinsip modest fashion menunjukkan tren baru dalam industri activewear yang melayani kebutuhan</li> </ul>
--	---	--	---



			<p>komunitas modest.- Tren ini berkembang secara global, menandai perubahan signifikan dalam representasi fashion di olahraga.</p> <p>d. Keberanian Melawan Stigma:</p> <p>-Dalam beberapa konteks, perempuan berhijab yang aktif di ruang publik seperti acara olahraga dapat menjadi simbol perlawanan terhadap stereotip.</p> <p>-Gambar ini menegaskan bahwa hijab bukanlah penghalang untuk partisipasi aktif dalam aktivitas kompetitif.</p>
--	--	--	--

## KESIMPULAN

Sektor modest fashion di Indonesia mempunyai potensi besar dan pertumbuhan signifikan. Populasi muslim terbesar kedua di dunia dengan jumlah 281 juta penduduk dan potensi PDB USD 5,1 miliar per tahun di sektor ekonomi halal. Peranan *influenceur* generasi milenial seperti ig @dwiandaanda turut memberikan kontribusi besar bagi industri mode busana muslim dengan jumlah 2 juta followers, mencerminkan nilai-nilai Islami sebagai citra diri dan sekaligus menjangkau pasar Muslimah di tanah air. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan tanda-tanda (gambar, teks, emoji, caption atau elemen visual) dalam penciptaan makna di setiap konten-kontennya dengan menggunakan teori komunikasi Ferdinand de Saussure yang terbagi menjadi penanda (signifier)

dan petanda (signified) yang berkaitan dengan makna.

Disimpulkan konten-kontennya banyak menyampaikan pesan kasih sayang dalam dinamika tumbuh kembang anak, pakaian yang digunakan mencerminkan filosofi desain modest fashion yang longgar, netral dan elegan dan modern. Secara visual warna-warna tone coklat, putih, krem mengindikasikan estetika minimalis yang sering digunakan oleh *brand modest fashion*. Konten ini tidak hanya menjual produk tapi juga gaya hidup dan keseharian dengan keterhubungan emosional dengan konsumen. Filosofi gaya hidup dalam kontennya selaras dengan target audiens Muslimah, seperti religiusitas, nilai-nilai spiritual, kebahagiaan dan kesederhanaan. Modest fashion merupakan representasi dari kebebasan dari stigma, rasa percaya diri yang kuat dalam kelembutan, inklusivitas

dan adaptif terhadap kebutuhan gaya hidup aktif dan penuh pencapaian dalam nilai nilai keislaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anastasya, A. (2021). Baparekraf Digital Entrepreneurship (BDE 2.0). Kementrian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-program/baparekraf-digital-entrepreneurship-bde-2-0>
- Dwi, C. (2024). 10 Negara Dengan Umat Muslim Terbanyak Di Dunia, RI Nomor Berapa? CNBC Indonesia.
- GEMA. (2019). Indonesia Siap Jadi Kiblat Fesyen Muslim Dunia. Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Dan Aneka, 1–80.
- IN2MF. (2024). Indonesia International Modest Fashion Festival IN2MF 2024. Bank Indonesia. <https://in2mf.com/>
- Isnaini, P. L. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Butik Indah Jaya Ganting Wetan. *Sosial Humaniora Keadaban*, 2(2), 01–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.33650/adab.v2i2.3268>
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia. (2019). Berita Utama. Potensi Ekonomi Halal Indonesia Sangat Besar, Menkeu: Bisa Tingkatkan PDB USD5,1 Miliar per Tahun, 2–5. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Potensi-Ekonomi-Halal-Indonesia-Sangat-Besar>
- Manzoor, S. R., Al-Mahmud, A., Asmawi, A., & Manzoor, S. R. (2024). Advancing Muslim Modest Fashion Clothing. *Journal of Comparative Asian Development*, 20(1), 1–26. <https://doi.org/10.4018/jcad.346369>
- Putri, N. F., Hameed, A., Akin, M., Akin, I., Khan, M. Z., Banerjee, S., & Zaidi, S. M. T. (2024). Analysing the modest fashion market: an empirical study of e-commerce best-selling products. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2024-0142>
- Astuty, A., Karim, H. A., & Nurliah. (2019). Analisis Semiotika Komunikasi Visual Melalui Instagram Dalam Gambar Postingan Akun @Bantu\_Dakwah. *Ilmu Komunikasi*, 7(4).
- BPS. (2024). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa)*, 2022–2024. Badan Pusat Statistik.
- Culler, J. (1996). Saussure. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SYSTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SYSTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Handayani, D. (2025). *Following Dwi Handayani Syah Putri*. Instagram. <https://www.instagram.com/dwihandaanda/>
- Phlanx. (2024). *Instagram Engagement Calculator*. Phlanx. <https://phlanx.com/engagement-calculator>