

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Trans.). Hill and Wang.
- Barthes, R. (1974). *S/Z* (R. Miller, Trans.). Hill and Wang.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text* (S. Heath, Trans.). Fontana Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Budiarti, E., Anggreini, D., Susanti, D. A. P., & Damayanti, Y. (2023). Strategi branding sekolah dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di Indonesia. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(5), 3568–3576.
- Citra Dewi, Ni Made A., Pramana, D., & Nindya Putri, P.A. A. (2025). Analisis Konten Sosial Media Instagram Sebagai Promosi Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru (Studi Kasus SMP Dwijendra Denpasar). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer 2025*.
<https://spinter.stikom-bali.ac.id/index.php/spinter/article/view/745/616>
- Dirgantari, A. S., Ansar., Rustandi, E., & Lestahulu, S. A. (2024). *Buku Referensi Dasar-Dasar Komunikasi Pengantar Komprehensif Untuk Pemahaman Proses Komunikasi*. Medan. PT Media Penerbit Indonesia.
- Ermalyona, A., & Hermawan, A. (2025). Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemahaman Nilai- Nilai Islam pada Generasi Muda. *Advanced Journal of Education and Religion*, 2(1), 42-49.
- Fairuz, A., Aqilah, K. D., & Harwinda, A. (Tahun). Analisis strategi marketing public relations SMA Al-Azhar Kelapa Gading dalam menjaga citra sekolah. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*. Retrieved from
<https://rivierapublishing.id/JII/index.php/jii/index>
- Fuada, T. (2025). Strategi membangun brand image melalui personal branding di Maahad Tahfiz Al-Qur'an Darul Falah Selangor Malaysia. *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 4(5).
<https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/3044/2692>

- Good Stats. (2025, 13 Mei). Indonesia Digital Report 2025: Instagram. Diakses dari <https://goodstats.id/publication/indonesia-digital-report-2025-instagram-xQpqi>
- Hendry, S., & Manongga, D. H. F. (2024). Analisis konten berbasis grounded theory (Edisi pertama, 77 hlm.). Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik bekerja sama dengan Universitas STEKOM. ISBN 978-623-8642-54-0.
- Ikhwan, A., Zukhrufin, F. K., & Triyuliasari, A. (2025). Integrated Islamic School Marketing Management in Indonesia: Competitive or Business Oriented?. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2).10.31538/munaddhomah.v6i2.1759
- Kushner, G. A., (2023). Contestation of Islamic educational institutions in Indonesia: Content: Analysis on social media. *Cogent Education*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/2331186x.2022.2164019>
- Latifah., & Ngalmun., Teknologi digital sebagai ruang pertemuan agama dan budaya masyarakat multikultural. *Jurnal Sains & Teknologi*, 1(2). Universitas Islam Negeri Palangkaraya & Universitas Sapta Mandiri. <https://ojs.univsm.ac.id/index.php/univsm/article/view/121>
- Maemonah, M., Taufiqurrohman, Kholid, A., & Fauziyah, N. (2024). Contestation of Islamic educational institutions in Indonesia: Content analysis on social media. *Journal of Islamic Education Research*, 5(1), 45–62.
- Putri, A. N., Anggun, W. P., Jelita, N.A., Febrilia, T. E., & Purwanto, E. (2025). Media sosial dan transformasi budaya remaja di perkotaan. *Interaction: Communication Studies Journal*, 2(2), 1-16. <https://journal.pubmedia.id/index.php/interaction/article/view/4344/3789>
- Putri, F. A., Rahmawati, F. N., & Aji, G.G. (2025). Strategi Branding SD Al-Hikmah Surabaya untuk mempertahankan citra sekolah islam segmen atas. *The commercium*, 9(1), 447-457. <https://doi.org/10.26740/tc.v9i1.65996>
- Putri, F. (2022). Analisis Isi Terhadap Potret Kehidupan Santri di Pesantren Dalam Akun Instagram “Alasantri”. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 2(1), 9-36. <https://doi.org/10.33507/selasar.v2i1.477>

- Rahardjo, T. (2009). Cetak biru teori komunikasi dan studi komunikasi di Indonesia. In: Simposium Nasional: Arah Depan Pengembangan Ilmu Komunikasi Indonesia.
<https://eprints.undip.ac.id/19649/1/TEORI KOMUNIKASI %26 STUDI KOMUNIKASI DI INDONESIA.pdf>
- Rahmat Yahya, Widyatmoko, B., & Sari, N. P. (2025). Branding pendidikan Islam: Mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam pemasaran pendidikan yang kompetitif. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1), 1–18.
- Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan Analisis Konten dan Analisis Tematik. Forum Ilmiah, 19(1), 86-76. Fakultas Psikologi, Universitas Esa Unggul.
https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23187-11_2247.pdf
- Triyono, A. (2021). Metode penelitian komunikasi kualitatif. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Umam, N., Hamdanah, & Lutfi, S. (2025). Nilai Religius pada media sosial madrasah aliyah negeri kota waringin barat. *Tut Wuri Handayani: Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan*. <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jkip/article/view/621>
- Utami, K., Azwar Munanjar, & Romi Syahril. (2025). Membaca Kecantikan di Media Sosial: Analisis Semiotika Konten Instagram Tasya Farasya. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 4(01), 733-746
- West, R., & Lynn H. Turner. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill
- Widana, G. O., Muchtar, M. U., & Gunawan, I. (2023). Analisis Konten Pemasaran Islami Pada Akun Instagram Siswa Siswi SMA Islam An Nizam Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1812-1817.
- Zuchdi, D., & Afifah, W. (2019). Analisis Konten, Etnografi & Grounded Theory, dan Hermeneutika dalam penelitian. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.