

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aditya, A., Bevly, B., Haryanto, D., Yulwardian, E., Nasution, E., Rachman, F., Husni, H., Lawadinata, K. D., Silviana, M., Muhamad, R., Sumardy, Mieke, V., Asmoro, W., Widodo, Y., & Hartono, Y. (2013). *Social Media Nation: 15 Inspirasi Berjejaring Sosial: Bertumbuh Besar Bersama Komunitas Online dan Sukses Berbisnis* (Jakarta). Prasetiya Mulya Publishing.
- Alvin, S. (2022). *Komunikasi Politik di Era Digital: dari Big Data, Influencer Relations & Kekuatan Selebriti, hingga Politik Tawa*. Penerbit Deepublish.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2017). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Brennan, M. (2020). *ATTENTION FACTORY: The Story of TikTok & China's ByteDance* (p. 304). China Channel.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Edisi Ketu). Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2017). *RESEARCH DESIGN: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Edisi Keempat). Pustaka Pelajar.
- DeVito, J. A. (2017). *Komunikasi Antarpribadi*. Karisma Publishing Group.
- Fitria Halim, S.E., M. ., Sherly, S.E., M. ., & Acai Sudirman, S.E., M. . (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Media Sains Indonesia.
- Islamy, M. A. N. (2017). Membangun Profesionalisme Pustakawan melalui Citra Diri Pustakawan Masa Depan. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL "PERPUSTAKAAN & PUSTAKAWAN INOVATIF KREATIF DI ERA DIGITAL"* (pp. 193–204).
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PANDIVA BUKU.
- Maltz, M. (2015). *Psycho-Cybernetics*. PERIGEE.
- Mangunwijaya, Y. B. (2009). *Wastu Citra*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Miller, D. (2020). *Social Media Marketing, 3 books in one: Excellent Tricks to Grow your business, Instagram Marketing to become a famous influencer, Tiktok and You Tube to make Viral Videos* (pp. 1–260).

Independently Publish.

Montoya, P. (2002). The personal branding phenomenon. In *Personal Branding Press* (Issue 2002). Personal Branding Press.

Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business PETER MONTOYA with TIM VANDEHEY.*

Mulyana, D. (2008). *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Cetakan K). PT Remaja Rosdakarya.

Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram.* Deepublish.

Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Brandung.* Quadrant.

Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi.* Simbiosis Rekatama Media.

Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa.* Kompas Gramedia.

Rorong, M. J. (2018). The Presentation Of Self in Everyday Life: Studi Pustaka Dalam Memahami Realitas Dalam Perspektif ERVING GOFFMAN. *Jurnal Oratio Directa, 1*(2).

Sandu Siyoto, & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian.* Literasi Media.

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Edisi Pert). Graha Ilmu.

Siregar, A. E., Wuryanta, A. G. E. W., Abrar, A. N., Irwansyah, A. &, Junaedi, F., Idris, I. K., Yusuf, I. A., K, I. S., Morrisian, Rahayu, & Adipura, W. M. (2010). *Potret Manajemen Media di Indonesia.* Total Media.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta.

Tomimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial.* Visi Media.

Jurnal

Anderson, K. E. (2020). Getting Acquainted with Social Networks and Apps: It's Time to Talk about TikTok. *Library Hi Tech News, 37*(4), 7–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>

Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi, 8*(1).

- Arindita, R. (2019). Personal Branding Mom Influencer dan Representasi Ibu Millennial di Media Sosial. *Wacana*, 18(1).
- Carmon, N., & Mannheim, B. F. (1979). Reference Groups and Professional Self-Image: The Case of Architects. *Journal of Vocational Behavior*, 169–180.
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1996). Objects, Decision Considerations and Self-Image in Men's and Women's Impulse Purchases. *Acta Psychologica*, 93(1–3), 187–206. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0001-6918\(96\)00019-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0001-6918(96)00019-4)
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2021). Personal BrandingKonten KreatorMelalui Citra Diri Mahasiswa Di Instagram(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @Jeromepolin). *Jurnal Media Penyiaran*, 01(02).
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 76. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162>
- Islamy, M. A. N. (2017). Membangun Profesionalisme Pustakalvan rnelalui Citra Diri Pustakawan Masa Depan. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL “PERPUSTAKAAN & PUSTAKAWAN INOVATIF KREATIF DI ERA DIGITAL“* (pp. 193–204).
- Kholisoh, N., & Wahyuni, D. E. (2017). Media Sosial Youtube sebagai Sarana Membentuk Citra Diri (Studi Kasus Personal Branding Laurentius Rando). *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 01(01).
- Lois, D., & Candraningrum, D. A. (2021). Personal Branding Content Creator di Media Sosial Instagram. *Koneksi*, 5(2), 329–337.
- Pawitro, U. (2011). *Mengenal Dunia Arsitektur, Kegiatan Profesi Arsitek dan Perancangan Bangunan*.
- Pertiwi, F., & Irwansyah. (2020). Personal Branding Ria Ricis pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1).
- Rorong, M. J. (2018). The Presentation Of Self in Everyday Life:Studi Pustaka Dalam Memahami Realitas Dalam Perspektif ERVING GOFFMAN. *Jurnal Oratio Directa*, 1(2).
- Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram). *Jurnal Becoss*, 2(01).

Stringer, P. (1970). The Professional Self-Images of Architecture and Engineering Students. *Architectural Research and Teaching*, 1(2), 25–33.

Umam, A. K. (2017). Citra Diri Pemimpin. *Nizham Journal of Islamic Studies*, 01(01), 68–62.

Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2017). Analisis Personal Branding di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an d'Anthes di Instagram). *Jurnal Inovasi*, 11(1).

Yuanah, S. (2016). Kecemasan Pemustaka dan Citra Diri Pustakawan. In *Personal Branding Pustakawan* (pp. 223–231). Pustaka Nun & Azyan Publishing.

Website

Annur, C. M. (2021). *Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada 2020*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020>

Kemp, S. (2022). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. DATAREPORTAL.

Kemp, S. (2022b). *TIKTOK STATISTICS AND TRENDS*.
https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2022&utm_term=Indonesia&utm_content=Facebook_Stats_Link

Aditya, A., Bevly, B., Haryanto, D., Yulwardian, E., Nasution, E., Rachman, F., Husni, H., Lawadinata, K. D., Silviana, M., Muhamad, R., Sumardy, Mieke, V., Asmoro, W., Widodo, Y., & Hartono, Y. (2013). *Social Media Nation: 15 Inspirasi Berjejaring Sosial: Bertumbuh Besar Bersama Komunitas Online dan Sukses Berbisnis* (Jakarta). Prasetiya Mulya Publishing.

Alvin, S. (2022). *Komunikasi Politik di Era Digital: dari Big Data, Influencer Relations & Kekuatan Selebriti, hingga Politik Tawa*. Penerbit Deepublish.

Anderson, K. E. (2020). Getting Acquainted with Social Networks and Apps: It's Time to Talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7–12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>

Annur, C. M. (2021). *Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada 2020*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020>

- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2017). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arindita, R. (2019). Personal Branding Mom Influencer dan Representasi Ibu Millennial di Media Sosial. *Wacana*, 18(1).
- Brennan, M. (2020). *ATTENTION FACTORY: The Story of TikTok & China's ByteDance* (p. 304). China Channel.
- Carmon, N., & Mannheim, B. F. (1979). Reference Groups and Professional Self-Image: The Case of Architects. *Journal of Vocational Behavior*, 169–180.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Edisi Ketu). Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2017). *RESEARCH DESIGN: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Edisi Keem). Pustaka Pelajar.
- Fitria Halim, S.E., M. ., Sherly, S.E., M. ., & Acai Sudirman, S.E., M. . (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Media Sains Indonesia.
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2021). Personal Branding Konten Kreator Melalui Citra Diri Mahasiswa Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @Jeromepolin). *Jurnal Media Penyiaran*, 01(02).
- Higgins, E. T. (1987). Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect. *Psychological Review*, 94(3), 319–340. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.319>
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 76. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162>
- Islamy, M. A. N. (2017). Membangun Profesionalisme Pustakawan melalui Citra Diri Pustakawan Masa Depan. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL “PERPUSTAKAAN & PUSTAKAWAN INOVATIF KREATIF DI ERA DIGITAL”* (pp. 193–204).
- Kemp, S. (2022a). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. DATAREPORTAL.
- Kemp, S. (2022b). *TIKTOK STATISTICS AND TRENDS*. https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2022&utm_term=Indonesia&utm_content=Facebook_Stats_Link

- Kholisoh, N., & Wahyuni, D. E. (2017). Media Sosial Youtube sebagai Sarana Membentuk Citra Diri (Studi Kasus Personal Branding Laurentius Rando). *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, 01(01)*.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PANDIVA BUKU.
- Lois, D., & Candraningrum, D. A. (2021). Personal Branding Content Creator di Media Sosial Instagram. *Koneksi, 5(2)*, 329–337.
- Maltz, M. (2015). *Psycho-Cybernetics*. PERIGEE.
- Mangunwijaya, Y. B. (2009). *Wastu Citra*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Miller, D. (2020). *Social Media Marketing, 3 books in one: Excellent Tricks to Grow your business, Instagram Marketing to become a famous influencer, Tiktok and You Tube to make Viral Videos* (pp. 1–260). Independently Publish.
- Montoya, P. (2002). The personal branding phenomenon. In *Personal Branding Press* (Issue 2002). Personal Branding Press.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business* PETER MONTOYA with TIM VANDEHEY.
- Mulyana, D. (2008). *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Cetakan K). PT Remaja Rosdakarya.
- Pertiwi, F., & Irwansyah. (2020). Personal Branding Ria Ricis pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi, 23(1)*.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. Deepublish.
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding*. Quadrant.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Kompas Gramedia.
- Rorong, M. J. (2018). The Presentation Of Self in Everyday Life: Studi Pustaka Dalam Memahami Realitas Dalam Perspektif ERVING GOFFMAN. *Jurnal Oratio Directa, 1(2)*.
- Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram). *Jurnal Becoss, 2(01)*.
- Sandu Siyoto, & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Edisi Pert). Graha Ilmu.
- Siregar, A. E., Wuryanta, A. G. E. W., Abrar, A. N., Irwansyah, A. & Junaedi, F.,

- Idris, I. K., Yusuf, I. A., K, I. S., Morrisan, Rahayu, & Adipura, W. M. (2010). *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Total Media.
- Stringer, P. (1970). The Professional Self-Images of Architecture and Engineering Students. *Architectural Research and Teaching*, 1(2), 25–33.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tomimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. Visi Media.
- Umam, A. K. (2017). Citra Diri Pemimpin. *Nizham Journal of Islamic Studies*, 01(01), 68–62.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2017). Analisis Personal Branding di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an d'Anthes di Instagram). *Jurnal Inovasi*, 11(1).
- Yuanah, S. (2016). Kecemasan Pemustaka dan Citra Diri Pustakawan. In *Personal Branding Pustakawan* (pp. 223–231). Pustaka Nun & Azyan Publishing.