

DAFTAR PUSTAKA

- Arfyan, R., & S, B. P. (2022). Strategi *Personal branding* Selebgram Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Endorsement (Studi Kasus Pada Akun Tiktok @ Clarayaaa _). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1, 68–70.
- Cahyani, D. I., & Oktafiani, F. (2023). Pengelolaan Konten Instagram Beauty Vlogger Dalam Membangun *Personal branding*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 192–200.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches* (Second Edi). Sage Publication.
- Damayanti, 2018. *Media Massa di Era Disrupsi 4.0*. Jakarta: PT Pentas Grafika.
- Felix, A., Briyanti, D. O., Young, F. M., Livaro, I., & Wijaya, W. (2023). *Strategi Identitas Digital: Analisis Personal branding di Platform TikTok*. 5(2), 92–100.
- Ismi, A. (2022). *Apa Itu Tiktok, Fitur, dan Cara Penggunaannya!* Socialmediamarketer. <https://socialmediamarketer.id/tiktok/apa-itu-tiktok/>
- Jacobson, J. (2020). Sebuah Merk: *Personal branding* Manajer Media Sosial dan Audiens Masa Depan. *Journal of Product & Brand Management*, 29(6), 715–727. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2019-2299>
- Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). *Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age)*. 1, 1–8.
- Marin, G. D., & Nila, C. (2021). *Personal branding di Media Sosial. Menggunakan LinkedIn dalam Komunikasi Merek Pribadi: Studi Mengenai Persepsi Spesialis Komunikasi/Pemasaran dan Spesialis Rekrutmen atau Sumber Daya Manusia*. 4. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2021.100174>
- Masduki, Damayanti.; Karlinah, Siti.; Maryani, Eni.; Adiwibowo, Kunto. 2023. Twitter and The Ideology of The Party in Indonesia. *European Chemical Bulletin*, 12 (Special issue 8), 6946-6954. doi: [10.48047/ecb/2023.12.si8.590](https://doi.org/10.48047/ecb/2023.12.si8.590)
- Masduki, Damayanti.; Widianingsih, Yuliani.; Simanuhuruk, Hermina. 2021. *Pengalaman Pemilih Pemula Di Belantara Informasi Pilpres 2019*. Sukabumi: Haura Publishing.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6*. Salemba Humanika.

- Miles, M. B., & A. Michael Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis* (Second Ed.). Sage Publication.
- Molenaar, K. (2023). *Langkah dan Tips Menjadi Content Creator di Tahun 2024*. *Influencer Marketing Hub*. <https://influencermarketinghub.com/content-creator/>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Deepublish.
- Nurhasanah, Y., Salmiyah, D., & Ali, F. (2019). Strategi Model Online *Personal branding* sebagai K-Pop Influence dalam Instagram @natyashina. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6804–6812.
- Peter, Montoya & Vandehey, T. (2002). *The Personal branding Phenomenon*. Millenium Advertising.
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (M. Sandra (ed.); Cetakan II). AR-RUZZ MEDIA.
- Rafael, C., Butar, B., & Fithrah, S. (2018). *Strategi Personal branding Selebgram Non Selebriti*. 2(2), 86–101.
- Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. 3, 18–29.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat *Personal branding* Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 175–185.
- Sinambela, B. K., & Novendra, S. (2023). Pengaruh *Personal branding* Jovi Adhiguna Di Instagram Terhadap Minat Fashion Androgini (Survey Pada *Followers* Akun Instagram @ joviadhiguna). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2), 50–61.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2018). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology* (Tenth Edit). Cengage Learning.
- Sudarmika, D., & Sella, N. (2021). Instagram sebagai Media Sosial dalam Membentuk *Personal branding* Nasya Marcella. *Jurnal Komunikadi Dan Media*, 6(1), 37–57.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d* (Cetakan Ke). ALFABETA, CV.

- Utami, T. R., & Christin, M. (2023). Strategi *Personal branding* Comedian *Influencer* di Media Sosial. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 146–164.
- Warini, N. L., Dewi, N. P. E. S., Susanto, P. C., & Dewi, P. C. (2020). *Daya Tarik TikTok sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris Online*. 3, 27–34.
- Winarso, B. (2021). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?* DailySocial. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>