

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdillah, A, Leon. (2022). *Peranan media sosial modern*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell, J, W. (2009). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixes Edisi ketiga*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Creswell, J, W. (2017). *Research design, pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran Edisi empat*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Effendi, O, U. (2019). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Frischmann, R, M. (2014). *Online personal brand: skill set, aura, and identity*. USA: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Montoya, P. Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon : realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Marthe & Oprah / Peter Montoya & Tim Vandehey : contributions made by Paul Viti*. United States of America: Peter Montoya Incorporated.
- Nurhalimah, S. (2019). *Media sosial dan masyarakat pesisir: refleksi pemikiran mahasiswa bidikmisi*. Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif (Edisi pertama)*. Jakarta : Penerbit Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. (2014). *Memahami penelitian kualitatif, dilengkapi contoh proposal dan laporan penelitian*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Suryadi, E. (2021). *Strategi komunikasi sebuah analisis teori dan praktis di era global*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Artikel dari website dengan nama penulis :

- Annur, C,M. (2023). *Jumlah pengguna tiktok global bertambah lagi pada kuartal*

- I-2023. Dikutip dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/jumlah-pengguna-tiktok-global-bertambah-lagi-pada-kuartal-i-2023> pada tanggal 26 September 2023 pukul 16.04 wib.
- Putri, Elisa, Z., (2023). *Bermodal keberuntungan, pemuda ini mendapatkan 100 juta pertamanya di usia 18 tahun*. Dikutip dari: <https://www.kompasiana.com/elisazahraputri7322/64809a4f08a8b5795720fc82/bermodal-keberuntungan-pemuda-ini-mendapatkan-100-juta-pertamanya-diusia-18-tahun> pada tanggal 08 Januari 2023 pukul 11:00 wib.
- Rahmana, Z, M. (2020). *Proses dan tujuan marketing reserach*. Dikutip dari: <https://binus.ac.id/bandung/2020/04/proses-dan-tujuan-marketing-research/> pada tanggal 07 Juni 2024 pukul 21:52 wib.
- Sinaga, H. (2021). *Biodata urrofi lengkap agama, umur, dan wiki, tiktoker edit video yang hits*. Dikutip dari: <https://kuyou.id/homepage/read/18895/biodata-urrofi-lengkap-agama-umur-dan-wiki-tiktoker-edit-video-yang-hits> pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 16:36 wib.
- Yonatan, A, Z. (2023). *10 Media sosial dengan waktu pemakaian terlama 2023*. Dikutip dari: <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/10-media-sosial-dengan-waktu-pemakaian-terlama-2023-U9VQ8> pada tanggal 26 September 2023 pukul 16.00 wib.
- Yusuf, O. Stephanie, C. (2021). *Apa itu fyp di tiktok dan bagaimana cara kerjanya?*. Dikutip dari: <https://tekno.kompas.com/read/2021/08/26/10410017/apa-itu-fyp-di-tiktok-dan-bagaimana-cara-kerjanya-> pada tanggal 03 Oktober 2023 pukul 22:58 wib.

Artikel dari website tanpa nama penulis :

- Cnnindonesia. (2020). *Kisah kejayaan Tik Tok di 2020*. Dikutip dari: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktok-di-2020/1> pada tanggal 19 Mei 2024 pukul 14:57 wib.
- Kompas.com (2023). *Jenis-jenis media sosial dan contohnya*. Dikutip dari: <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/27/150000469/jenis-jenis-media-sosial-dan-contohnya?page=all> pada tanggal 28 September 2023 1pukul 14.06 wib.
- Kompas.com (2022). *02 maret 2020, saat Indonesia pertama kali dilanda Covid-19*. Dikutip dari: https://nasional.kompas.com/read/2022/03/02/10573841/2-maret-2020-saat-indonesia-pertama-kali-dilanda-covid-19?debug=1&lgn_method=google&google_btn=onetap pada tanggal 21 Mei 2024 pukul 04:18 wib.
- LinovHR. (2023). *Pahami pekerjaan videografer serta jenjang karirnya*. Dikutip dari: <https://www.linovhr.com/pekerjaan-videografer/> pada tanggal 21

Februari 2024 pukul 21:40 wib.

RSUD-surakarta.jatengprov.go.id (2020). *Show yourself : perlunya personal branding di era digital oleh Miratun Hasanah, S.Spsi. Psi*. Dikutip dari: <https://rsjd-surakarta.jatengprov.go.id/2020/10/19/show-yourself-perlunya-personal-branding-di-era-digital-oleh-miratun-hasanah-s-psi-psi/> pada tanggal 31 Oktober 2023 pukul 23:02 wib.

Sampoerna University. (2024). *Apa itu teori interaksionisme simbolik?*. Dikutip dari: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/teori-interaksionisme-simbolik/> pada tanggal 21 Maret 2024 pukul 13:39 wib.

Setkab.go.id. (2023). *Inilah Keppres penetapan berakhirnya status pandemi Covid-19 di Indonesia*. Dikutip dari: <https://setkab.go.id/inilah-keppres-penetapan-berakhirnya-status-pandemi-covid-19-di-indonesia/> pada tanggal 21 Mei 2024 pukul 04:21 wib.

Jurnal Tercetak :

Ardiansyah, F., Sinduwiatmo, K. (2023). Tiktok sebagai media personal branding melinda rohita. *Pustaka Komunikasi*. 6(1). 169-180.

Asi, K, J, M., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh social media marketing dan brand image terhadap minat beli konsumen pada aplikasi bukalapak the influence of social media marketing and brand image on. *E-Proceeding of Management*. 8(1). 437-447.

Hafiidh, M. Silviana. Sugandi. (2023). Penggunaan aplikasi tiktok sebagai wadah aktualisasi diri remaja di kota balikpapan. *Ejournal Ilmu Komunikasi*. 1(10). 25-34.

Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). Instagram tourism: menciptakan hype pada destinasi wisata (studi pada akun @Indoflashlight) instagram tourism: creating hype for tourism destination (study on @Indoflashlight). *Studi Pustaka Komunikasi dan Media*. 24(2). 105-118.

Indriany, Y. Sintesa, N. Darmawan. Setiawan. Ramadhani, May, V. (2022) Pelatihan optimalisasi media sosial untuk menambah cuan pada warga belajar pkbm. *Jurnal Abdimas PLJ*. 2(2). 67-75.

Kustiawan, W. Balqis, Farah, D. Wulandari, L. Siregar, R, H. Simbolon, M, B. Pandiangan, H, E. Prawira, Y, B. (2022). Media sosial sebagai media penyiaran. *Jurnal Edukasi NonFormal*. 3(2). 296-302.

Limpo, Amaliah, P. Irma. Lestari, A. (2023). Aplikasi tiktok sebagai media pembelajaran bahasa inggris selama masa pandemi covid-19. *Journal of Educational Technology, Curriculum, Learning, and Communication*. 3(3). 88-93.

- Malimbe, A., Waani, F., Suwu., Evie., A., A. (2021). Dampak penggunaan aplikasi online tiktok (Douyin) terhadap minat belajar di kalangan mahasiswa sosiologi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi manado. *Jurnal Ilmiah Society*. 1(1). 1-10.
- Pratama, Sandi, M. Muchlis. (2020) Pengaruh aplikasi tik tok terhadap ekspresi komunikasi mahasiswa universitas islam negeri (uin) sunan ampel surabaya tahun 2020. *International Journal Of Educational Resources (INCARE)*. 1(2). 102-115.
- Putri, Efrina, M., Febriana, Poppy,. (2023). Analisis media baru tiktok sebagai personal branding (studi deskriptif kualitatif pada akun tiktok @vmuliana). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2(3). 1-8.
- Nadhiro, S. Rachmasari, S., S. Jayanti, R. Amelia,. S. Sholihatin,. E.(2023). Penggunaan ragam bahasa dalam digital marketing pada aplikasi tiktok @eatsambel. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 9(14). 642-653.
- Yusanda, A. Darmastuti, R. Huwe, G, N. (2021). Strategi *personal branding* melalui media sosial instagram (analisis isi pada media sosial mahasiswa universitas kristen satya wacana). *Jurnal SCRIPTURA*. 11(1). 41-52.
- Yovelin, V. Paramita, S. (2022). *Digital personal branding* dalam Membentuk kredibilitas *content creator*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 09(1). 231-239.