

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barthes, R. (1977). *Element of semiology*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Handbook of research of effective advertising*. Cambridge: IGI Global.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa McQuail* (6th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Montoya, P. (2002). *The personal branding phenomenon* (1st ed.). Library of Congress.
- Sobur, A. (2018). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (8th ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (19th ed.). Bandung: Alfabeta.

JURNAL

- Alshammari, H. M. (2025). A semiotic approach to Qatari political discourse: The speech of Emir Tamim Bin Hamad as a case study. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 5(1), 88–102.
- Asmarani, A., & Shafira, S. Della. (2023). Media sosial Instagram untuk mendukung eksistensi diri @sholahayub. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 4(1), 512–530.
- Azizeh, S. N. (2021). Metode kisah dalam meningkatkan motivasi belajar dan kemampuan bercerita pada pembelajaran sejarah kebudayaan Islam di Madrasah Ibtidaiyah. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 88–114.
- Erlina, P., & Kojongian, F. T. (2024). Penjualan produk secara global dengan memanfaatkan media sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 37–42.
- Firrizqi, A. S., & Fauzi, A. (2023). Perancangan feed Instagram sebagai media iklan berbasis aplikasi Canva pada Kopi Probio+ Malang. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 1020.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.371>
- Hanifuddin, I. M., & Cahyono, R. (2021). Hubungan antara social comparison dengan self esteem pada alumni SMA/ sederajat yang menjalani gap year. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 859–869.
- Haryanto, R., & Rahmi, A. (2019). Strategi promosi melalui media sosial Instagram guna menarik generasi milenial untuk memilih produk tabungan pada PT Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan cabang Paringin. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 213.

- Helmita, & Diandri, R. H. (2025). Study of sign in the Naruto film: A semiotic analysis. *Jurnal Ilmiah Langue and Parole*, 5(2), 1–10.
- Herlina, N. (2017). Efektivitas komunikasi akun Instagram @Sumbar_Rancak sebagai media informasi online pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Risalah*, 4(2), 9.
- Khedher, M. (2015). A brand for everyone: Guidelines for personal brand managing. *Journal of Global Business Issues*, 9(1), 19–27.
- Lestari, R. N. (2021). Personal branding storygrapher melalui media sosial Instagram (Analisis isi pada akun @amazing periode 1 April 2017 - 1 April 2018) (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh). Repositori Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>
- Maruf, M. A., Utomo, M. W., Nurfizri, S., & Ardila, S. (2023). An analysis of Instagram live performance for health promotion strategy: A case study of @iakmitangsel. *Jurnal Semesta Sehat (J-Mestahat)*, 3(2), 46–53.
- Meliana. (2019). Analisis personal branding Dya Loretta melalui akun sosial media (Skripsi, Universitas Buddhi Dharma). Repositori Universitas Buddhi Dharma. <https://repository.buddhidharma.ac.id/>
- Nurcholis, Y. (2024). Penggunaan Instagram sebagai personal branding (Analisis teori Peter Montoya pada akun Instagram Arief Muhammad) (Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri). Repositori UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. <https://repository.uinsaizu.ac.id/>
- Permana, I. P. H., & Pratiwi, N. K. A. N. (2021). Penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemasaran bisnis kuliner pada komunitas online @deliciousbali. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, 1(1), 12–18.
- Personal branding : Definisi, manfaat, cara membangunnya.* (2023). Ilmu Komunikasi UMSIDA. <https://ikom.umsida.ac.id/personal-branding-pengertian-manfaat-cara-membangun/>
- Sinambela, B. K., & Ariska, Z. (2023). Pengaruh fitur Instagram stories terhadap eksistensi diri remaja (Survei pada remaja di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara Tangerang). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 2(1), 8.
- Sofiawati, S., & Pratiwi, W. D. (2024). Konsep diri dalam membentuk personal branding Sindy Novela (Putri Indonesia 2023 perwakilan Kota Jambi). *KOMUNIKATA57: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(1), 59.
- Susilawaty, F. T., Wardanhi, S. S., Sudirman, F. A., & Halika, L. O. H. (2022). Persuasi fitur Instagram : Stay on screen. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(1), 107.
- Tambunan, V. P. (2025). Pemanfaatan media sosial Instagram @info.perawang sebagai sarana informasi masyarakat perawang. *Uin Sunan Syarif Kasim Riau*, 34–35.
- Tjiandra, A. N. (2025). Digital health communication: A semiotic analysis of Instagram reels on patient experience and identity construction. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, 11(4), 45–56.

WEBSITE

- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Indonesia. DataReportal*. Accessed: April 8, 2025, from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Putri, V. K. M., & Gischa, S. (2021). *Personal Branding: Definisi, Tujuan, dan Strateginya. KOMPAS.COM*. Accessed: May 12, 2025, from <https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/153000369/personal-branding-definisi-tujuan-dan-strateginya>
- Ramadhani, Z. (2025, September 1). Uya Kuya, Eko Patrio, dan Nafa Urbach Minta Maaf, Apa Kata Mereka Sebelumnya? *Tempo.Co*. Accessed: October 28, 2025, from <https://www.tempo.co/politik/uya-kuya-eko-patrio-dan-nafa-urbach-minta-maaf-apa-kata-mereka-sebelumnya--2065269>
- Teori New Media: Pengertian, Fungsi, dan Manfaatnya*. (2022, June). *Universitas Medan Area*. Accessed: May 12, 2025, from <https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-manfaatnya/>