

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, & Maharani. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Cv. Cendekia Press.
- Atmaja, S. T., Wibowo, J. H., & Hakim, L. (2022). *Personal Branding Nonselebriti pada Akun Instagram @panggilvanyaja*.
- Dahono, Y. (2021, February 15). Data : Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. *Beritasatu.Com*.
- Efendi, A., Astuti, P. I., Nuryani, D., & Rahayu, T. (n.d.). ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA BARU TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL ANAK DI KABUPATEN SUKOHARJO. In *Jurnal Penelitian Humaniora* (Vol. 18, Issue 2).
- Effendy. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. (PT Remaja Rosdakarya, Ed.).
- Ginting. (n.d.). PEMANFAATAN HAND PHONE UNTUK MENDUKUNG PROSES BELAJAR DARI RUMAH BAGI ANAK DIDIK SD DI BALAI DESA HUTA RAKYAT KECAMATA SIDIKALANG KABUPATEN DAIRI. 2021.
- Hermawan. (2018). *Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial*.
- Lady, H. (2023). *ANALISIS PERSONAL BRANDING PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK @YOGAYOGIKEMBAR*.
- Lin Soraya. (2021). *DRAMATURGI DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING SELEBGRAM DI INSTAGRAM TESIS*.
- Mccune, S. M. (n.d.). *Content Analysis An Introduction to Its Methodology Fourth Edition Content Analysis*.
- Moleong. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosda.
- Mulyawati. (2018). *New Media Dalam Gerakan Sosial (Studi Kasus pada Pemanfaatan Instagram dan Website dalm gerakan sosial memberi dengan membeli oleh KomunitasRegional Ketimbang Ngemis Jakarta (KNJ))*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Papakonstantinidis, S. (2018). *Tell Me About Yourself Personal Branding and Social Media Recruiting in the Brave New Online World*.  
[www.businessexpertpress.com/librarians](http://www.businessexpertpress.com/librarians)

- Parker, C. M., Saundage, D., & Lee, C. Y. (n.d.). *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) Can Qualitative Content Analysis be Adapted for use by Social Informaticians to Study Social Media Discourse? A Position Paper*. <http://aisel.aisnet.org/acis2011/90>
- Raharjo. (2020). *The Master Book of Personal Branding : Seni membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. QUADRANT.
- Rampersad. (2008). *Authentic Personal Branding*.
- Rany, & Farhani. (2020). TANTANGAN INDONESIA DALAM MEWUJUDKAN PERTUMBUHAN EKONOMI YANG KUAT DAN PEMBANGUNAN EKONOMI BERKELANJUTAN MELALUI INDONESIA GREEN GROWTH PROGRAM OLEH BAPPENAS. *JIEP*, 20(1).
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (n.d.). Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era. 2018. <https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan->
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Sutoyo, M. (2021). *Penerapan Personal Branding Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Selebgram Beauty Yogyakarta di Media Sosial Instagram*.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. PT Rajagrafindo.
- Weimann, Gabriel, & Natalie. (2020). *Research Note: Spreading Hate on TikTok. Studies in Conflict and Terrorism* (Vol. 46). 2020.
- Yasser, G., Uin, A., & Banjarmasin, A. (2018). *Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis* (Vol. 17, Issue 33). <http://images.andamawara.multiply.Multiplycontent.com/attachment/0>