

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, T. W., & Satvikadewi, A. A. I. P. (2020). Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad). *Representamen*, 6(01). <https://doi.org/10.30996/representamen.v6i01.3519>
- Aminarsih, R., & Fauzi, A. M. (2023). Analisis Semiotika Pada Political Branding Walikota Solo Pada Akun Twitter @gibrantweet. *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika*, 5(1), 79–92.
- Amruddin, Muskananfolo, I. L., Febriyanti, E., Badi'ah, A., Pandie, F. R., Goa, M. Y., Martiningsih, Y., Pratiwi, R. D., Barimbing, M. A., Paulus, A. Y., Selly, J. B., Tahu, S. K., Israfil, sari S., Thresna, F., Lette, A. R., Christianto, H., Tage, P. K. S., Bire, W. R., Puteri, A. D., ... Djaniar, U. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV Media Sains Indonesia.
- Arduyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliani, L., Hildawati, H., & Suami, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dayono, Firmansyah, M. B., Anwar, C., Faizah, F. N., Ahzab, M. S., Kurniawati, E., Nitro, M., & Haryati, R. (2022). *Konsep dan Aplikasi Landasan Pendidikan dalam Sekolah Penggerak*. Lembaga Academic & Research Institute.
- Ersyad, F. A. (2022). *Semiotik Komunikasi dalam Perspektif Charles Sanders Peirce*. CV Mitra Cendekia Media.
- Imaroh, Z., Hamzani, A. I., & Aryani, F. D. (2023). *Pertanggungjawaban Pidana Penyebaran Berita Hoax di Media Sosial*. PT Nasya Expanding Management.
- Jalaluddin, R. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Junior, I. M. L., & Hanif, N. N. (2024). Pengelolaan Citra Politik Prabowo-Gibran dalam Pemilihan Presiden 2024 Pada Akun Media Sosial Instagram. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 318–326. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/kultura.v2i1.926>
- Kurniawan, N., & Gabriella, S. (2020). Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial Dan Humaniora*, 02(01), 27–45.
- Leasfita, A., & Elysa, R. (2022). Peran Konten Misteri Dalam Pembentukan Personal Branding Youtuber. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 2(1), 56. <https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidi.v2i1.1211>
- Liliweri, A. (2013). *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Pustaka Pelajar.
- Liyanto, H. (2023). *The Champion: 8 Fondasi Rahasia untuk Menjadi Juara Sejati*. Elex Media Komputindo.
- Majid, A. (2017). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Aksara Timur.
- Maulana, Y. (2024). *Personal Branding Digital Low Budget: Formula Mudah dan Murah Bangun Personal Branding di Media Sosial*. Oyusep.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya Incorporated.

- Montoya, P. (2005). The Brand Called You. *Proceedings 2005*, 376–386.
- Muqsith, M. A. (2022). *Pesan Politik di Media Sosial Twitter*. CV Jakad Media Publishing.
- Pahlevi, N. A. (2021). *Pengaruh Media Sosial dan Gerakan Massa Terhadap Hakim*. Cipta Media Nusantara.
- Pambudi, F. B. S. (2023). *Buku Ajar Semiotika*. UNISNU Press.
- Pertiwi, W. N. B., Purbohastuti, A. W., & Nurhayati, E. (2020). Membangun Personal Branding melalui YouTube. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 61–69. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i2.1220>
- Pradopo, R. D. (2021). *Beberapa Teori Sastra Metode Kritik dan Penerapannya*. UGM Press.
- Prihatini, E. S., & Putra, R. A. (2022). *Membangun Personal Branding Lewat Digital Presense: Panduan Menggunakan Google Scholar, ORCID, ResearchGate dan Google Sites*. PT Nas Media Indonesia.
- Rachmadita, K. A., & Febriana, P. (2023). Content Analysis of Clarin Haye's Personal Branding as a Doctor on Youtube. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 21, 6–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ijins.v21i.826>
- Rahayu, S. (2024). *Media Pembelajaran: Konsep Dasar, Teknologi dan Implementasi dalam Model Pembelajaran*. UMSU Press.
- Rahman, Z. A. (2023). *Penguatan Personal Branding Lembaga Melalui Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills Education) di Madrasah Ibtidaiyah*. PT Arr Rad Pratama.
- Romdhoni, A. (2019). *Semiotik Metodologi Penelitian*. Literatur Nusantara.
- Salam, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Azka Pustaka.
- Santoso. (2022). *Efektivitas Content Creator dalam Pengembangan Personal Branding dan Branding Product UMKM di Era Society 5.0*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Satinem, & Juwati. (2023). *Apresiasi Puisi: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Deepublish.
- Subiakto, H. (2015). *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Prenada Media Group.
- Sukmawati, A. S., Sabur, F., Nur, M., Darmawan, A. R., Sa'dianoor, Mahbub, K., Irmawati, Silviana, Tawil, M. R., Sampurno, C. B. K., Wibowo, S. E., & Aziz, A. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Syahrudin, Mahdar, Sarlan, A., Asmurti, & Muslan. (2023). *Fenomena Komunikasi di Era Virtualitas (Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial)*. CV. Green Publisher Indonesia.
- Turner, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Salemba Humanika.
- Utami, I. W., Abidin, S., & Zuhriah. (2023). Personal Branding Jerome Polin Sebagai Content Creator Melalui Youtube (Analisis Isi Kuantitatif pada Youtube Channel Nihongo Mantappu). *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(6), 1807–1818.
- Wijayanti, T. (2021). *Wawasan Kebangsaan: Marketing! Politik Identitas! Personal Branding*. Alinea Baru.