

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cv. Syakir Media Press.
- Achmad Fahreza. (2023). Peran Duta Wisata Di Kabupaten Kutai Kartanegara. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 908–913. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9381>
- Afryan, A., & Ramli, M. (2023). Peran Duta Wisata Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Makassar. 5(2).
- Agung, D. P., & Wijaya, A. (2019). Peran Paguyuban Duta Wisata “Sekargading” Dalam Mengembangkan Pariwisata Di Kabupaten Batang. *Indonesian Journal Of Sociology, Education, And Development*, 1(1), 60–70. <https://doi.org/10.52483/ijsed.v1i1.6>
- Agustian, J. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding Selebgram @Okvitaandini. 5205, 1–74. [https://repository.uin-suska.ac.id/62505/1/Skripsi Gabungan.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/62505/1/Skripsi%20Gabungan.pdf)
- Al Rafi, D. G., & Karina, M. (2022). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Personal Branding (Studi Pada Akun Instagram @Yurikart Seniman Perempuan Bengkulu). *J-Sikom*, 3(1), 105–128. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v3i1.3477>
- Al Rahmah, F., Hafiar, H., & Ryanto Budiana, H. (2022). Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @Cimahikota Oleh Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 128–139. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.145>
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 1–11.
- Aprinta, G. (2016). Strategi Cyber Public Relations Dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta. *Jurnal The Messenger*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v6i1.161>
- Cahyono, A. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Asy Syar’iyyah: Jurnal Ilmu Syari’ah Dan Perbankan Islam*, 9. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Chandra, A. K. (2021). Strategi Komunikasi Duta Wisata Cak Dan Ning Sebagai Ikon Promosi Daerah Guna Mempromosikan Pariwisata Di Masa Pandemi. *Digicom: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 1–8. <http://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/digicom/article/view/212%0ahttp://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/digicom/article/download/212/80>
- Farid, M., & Farhah, E. (2021). Pemanfaatan Algoritma Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Odtw Budaya (Studi Kasus Di @Kampungbudayapijiwetan). *Cakra Wisata*, 22(2), 1–8.

<https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/50407>

- Fatimah Amanda Talitha Nabila, O., & Nadya Ulfa, S. (2022). Strategi Conversational Marketing Prepp Studio Dalam Membangun Engagement Dengan Followers Di Instagram. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).
- Febylania, A., Nursanti, S., Lubis, F. M., Singaperbangsa, U., Jalan, K., Ronggowaluyo Teluk, H. S., Timur, J., & Karawang, K. (2022). Media Sosial Instagram Sebagai Tempat Untuk Personal Branding Seorang Selebgram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(22), 147–155. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7323202>
- Felicitas, M. 4 Mei 2016. Warga Anggap Pemilihan Cak dan Ning Surabaya Kurang Transparan. *Surya.co.id*. Diakses pada 14 Juli 2024.
- Fernando, J. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial. *Komunika*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7892>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Giantika, G. A. N. G. A. N. (2016). Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Kartu Jakarta Pintar. *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 44–54.
- Habibah, D., Kusumaningrum, R., & Teguh Santoso, M. P. (2023). Strategi Branding Pt Pupuk Kujang Dalam Pembentukan Citra Melalui Akun Instagram @Pupukkujang. *Da'watuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting*, 4(2), 823–835. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.5264>
- Hadi, S. (2022). Analisa Peran Duta Wisata Dalam Mempromosika Pariwisata Kabupaten Dharmasraya. In *Экономика Региона*.
- Hardani, Auliya, N., Indriani, H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E., Sukmana, D., & Istiqomah, R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Cv.Pustaka Ilmu* (Issue 508). <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5cnhttps://mckinseysociety.com/downloads/reports/educa>
- Hermawansyah, A. (2022). Analisis Profil Dan Karakteristik Pengguna Media Sosial Di Indonesia. *Jurnal Analisis*, 3.
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2275, 20–26. <https://ummaspul.e-journal.id/rmh/article/view/4466>
- Kertamukti, R., Ilmu, D., Uin, K., & Kalijaga, S. (2015). Instagram Dan

- Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @Basukibtp). 08(01), 57–66.
- Kusumo, D., & Afandi, R. (2020). Kepercayaan Publik Dalam Iklan: Peran Kunci Publik Figur. *Indonesian Journal Of Innovation Studies*, 13(1), 1–12.
- Lutrell, Regina. (2015). *Social Media How To Engage, Share, And Connect*. Rowman & Littlefield.
- Leonard, G. V., & Aulia, S. (2023). Analisis Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram @Rotiunylvenusofficial Dalam Memperluas Jangkauan Pasar. *Prologia*, 7(2), 329–335. <https://doi.org/10.24912/Pr.V7i2.21405>
- Mahfudhoh, U. (2023). Personal Branding Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Rizky Billar). *Repository Upn Jatim*.
- Mandalia, S., & Santosa, H. (2022). Analisis Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Isi Padang Panjang*, 1(2), 1–2. <https://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/jtst/article/view/3245/1244>
- Nizarisda, T. L., Zubair, F., & Ramdan, A. T. M. (2024). Upaya Peningkatan Engagement Media Sosial Instagram Oleh Media Parapuan. *Jurnal Common*, 7(2), 138–150. <https://doi.org/10.34010/Common.V7i2.11404>
- Nur, E. (2018). Communication Strategy Of Makassar City's Government On Makassar Tidak Rantasa Socialization Program (Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Makassar Dalam Sosialisasi Program Makassar Tidak Rantasa). *Journal Pekommas*, 3(1), 103. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030110>
- Nuraeni, R., Mulyati, S., Putri, T. E., Rangkuti, Z. R., Pratomo, D., Ak, M., Ab, S., Soly, N., Wijaya, N., Operasi, S., Ukuran, D. A. N., Terhadap, P., Sihaloho, S., Pratomo, D., Nurhandono, F., Amrie, F., Fauzia, E., Sukarmanto, E., Partha, I. G. A., ... Abyan, M. A. (2017). Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial (Analisis Teori Peter Montonya Pada Akun Instagram @Ganjar\_Pranowo). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2(1), 2–6. [http://i-lib.ugm.ac.id/jurnal/download.php?dataid=2227%0a%00%0ahttps://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian\\_akuntansi/article/view/3307%0ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ljcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0ahttp://www.scielo.org/co/scielo.php](http://i-lib.ugm.ac.id/jurnal/download.php?dataid=2227%0a%00%0ahttps://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian_akuntansi/article/view/3307%0ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ljcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0ahttp://www.scielo.org/co/scielo.php)
- Paul, K. M., Pasoreh, Y., & Waleleng, G. J. (2017). Peranan Duta Pariwisata Randa Kabilasa Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Kota Palu. *E-Journal "Acta Diurna"*, Vi(1), 1–19.
- Putri, K. R., & Rahmanto, A. N. (2021). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Rsud Dr. Moerwadi. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rahmah, N. I., Komunikasi, S., Middleton, J., & Daerah, B. (2021). Strategi

- Komunikasi Kantor Bahasa Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Bahasa Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(4), 85–98.
- Rangkuti, A. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Medan. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(3), 555–568. [Http://Jurnal.Ceredindonesia.Or.Id/Index.Php/Akmami/Article/View/754](http://Jurnal.Ceredindonesia.Or.Id/Index.Php/Akmami/Article/View/754)
- Raturoma, J. M. A., & Wijaya, L. S. (2019). Aktivitas Public Relations Dalam Upaya Meningkatkan Citra Taman Wisata Candi Borobudur. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 114–125. [Https://Doi.Org/10.31937/Ultimacomm.V10i2.916](https://Doi.Org/10.31937/Ultimacomm.V10i2.916)
- Rohmawati, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Serambi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(3), 277–290. [Https://Doi.Org/10.36407/Serambi.V4i3.772](https://Doi.Org/10.36407/Serambi.V4i3.772)
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. [Https://Doi.Org/10.55623/Au.V2i1.18](https://Doi.Org/10.55623/Au.V2i1.18)
- Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives Di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding Di Media Sosial Instagram). *Business Economic, Communication, And Social Sciences (Becoss) Journal*, 2(1), 19–30. [Https://Doi.Org/10.21512/Becossjournal.V2i1.6070](https://Doi.Org/10.21512/Becossjournal.V2i1.6070)
- Salmaa. (2023). Instrumen Penelitian. In Deepublish. [Https://Penerbitdeepublish.Com/Instrumen-Penelitian/](https://Penerbitdeepublish.Com/Instrumen-Penelitian/)
- Sari, W. R. (2019). Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Wakaf Al-Qur'an. In *Ilmu Komunikasi Sosial*. [Http://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/41337%0ahttp://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Bitstream/123456789/41337/1/WindaRahmaSari-Fdk.Pdf](http://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/41337%0ahttp://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Bitstream/123456789/41337/1/WindaRahmaSari-Fdk.Pdf)
- Sari, Y., & Ali, D. (2021). Strategi Komunikasi Komite Percepatan Penyediaan Infrastruktur Prioritas (Kppip) Dalam Membangun Citra Positif. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–8.
- Sasfianto, Jumaidin, La Ode, & Kamil, S. (2018). Pemanfaatan Instagram Dalam Membentuk Personal Branding Duta Bahasa Sulawesi Tenggara.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. [Https://Doi.Org/10.52738/Pjk.V2i1.102](https://Doi.Org/10.52738/Pjk.V2i1.102)
- Sugeng Pujileksono, Catur Suranto Aji, & Dyva Clarreta. (2014). *Paradigma Konsep Dasar & Model Komunikasi* (P. 125).
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Wahid, A. (2023). *Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga*.

[https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/19612/1/Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga.Pdf](https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/19612/1/Strategi%20Membangun%20Citra%20Dan%20Kinerja%20Lembaga.Pdf)

Wulandari, A. (2019). Pengaruh Terpaan Informasi Akun Instagram @Mahasiswa\_Unversitasriau Terhadap Pengetahuan Kegiatan Akademik Mahasiswa Unversitas Riau. *Jom Fisip*, 6, 1–15.

Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pada Media Sosial Mahasiswa universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/Scriptura.11.1.41-52>