

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Tiktok Sebagai Media Personal Branding Melinda Rohita. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 169–180. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2586>
- Devina Ayu Virginia, & Ahmadi. (2023). Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Personal Branding Mahasiswa STIKOM InterStudi Angkatan 2018. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(3), 923–931. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i3.9602>
- Dewani, S. L., Presida, S. B., Saputra, A. F., & Putri, C. S. (2024). Realitas Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Media Sosial TikTok Mahasiswa. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3), 14. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.165>
- Eryc & Vera. (2023). Analysis Social Media Tiktok Effectiveness On Personal Branding : Content Creator Batam. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 747–755.
- Fanaqi, C. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 108.
- GreatNusa. (2022). 7 Manfaat Personal Branding yang Wajib Diketahui. *GreatNusa.Com*.
- Johnson, K. M. (2017). The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. *International Journal of Education and Social Science*, 4(1), 21–27.
- Kartika. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba pada Perusahaan Asuransi Syariah yang Terdaftar di OJK Periode 2018-2020*. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Khamim, M. (2022). Transformasi Dakwah : Urgensi Dakwah Digital Di Tengah Pandemi Covid19. *An-Nur : Jurnal Studi Islam*, 14.1, 25–43.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2002). *Be Your Own Brand*. San Fransisco: PT. Berret Koehler Publisher.
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. (Edisi Revi, P. 410).
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael*. Peter Montoya Incorporated.

- Najib, M. A. R. (2023). Strategi Komunikasi Krisis BKN terhadap Kecurangan Seleksi Calon Aparatur Sipil Negara Tahun 2021. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 4(1), 3–4.
- Nandy. (2024). Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya. *Gramedia Blog*. (Diakses Pada Tanggal; 19 Agustus 2024 Pukul 11:54 WIB).
- Pratama, S., & Muchlis, M. (2020). Pengaruh Aplikasi Tik Tok terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020. *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 1(2), 102–115.
- Rahmawati, S. (2018). Fenomena Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung. *Institutional Repositories & Scientific Journals*.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>
- Riyanto, G. P. (2023). Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia. *Diambil 6 September 2023, Dari Kompas.Com Website: <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2023/07/10/11000067/Pengguna-Tiktok-Diindonesia-Tembus-113-Juta-Terbesar-Kedua-Didunia#:~:Text=Menurut%20laporan%20firma%20riset%20Statista,Di%20odunia%20pada%20periode%20ter>*.
- Rizal, Rizky, R., & Widiasanty, G. (2021). Pengaruh Terpaan Media Youtube Terhadap Citra Perusahaan PT. Garuda Indonesia. *Prosiding Hubungan Masyarakat* 7(1): 437–44.
- Rulli Nasrullah. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8093>
- Sihotang, T. D. O. (2019). Dampak Negatif TikTok di Masa Pandemic. *Jurusan Pendidikan IPS, FKIP, Universitas Lambung Mangkurat*.
- Siti Nurhalimah, D. (2019). *Media Sosial & Masyarakat Pesisir*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.

- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.
- Syahputra, E. (2020). *Snowball Throwing Tingkatan Minat dan Hasil Belajar*.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Satwika*, 5(1).
- Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102–103.