

DAFTAR PUSTAKA

- Adani, N. S., & Setianingrum, V. M. (2024). Studi Fenomenologi Personal Branding Pendaki Gen-Z di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 97–107. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/63398/48076>
- Aini, N. (2023). Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2), 109–116. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>
- Andina, N. I., Poerana, A. F., & Kusumaningrum, R. (2022). Konstruksi Identitas Pengguna Media Sosial LinkedIn. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 13. Retrieved from <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/7395/4911>
- Anggraeni, N. D., Ahmadi, A., Pairin, U., & Yohanes, B. (2025). Fiksi Karya Korrie Layun Rampan : Perspektif Ekoimperialisme. *Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa & Sastra Indonesia*, 9(2), 269–286. Retrieved from <http://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/BB/article/view/2908>
- Arnani, N. P. R. (2023). Presentasi Diri Online di Media Sosial Instagram. *Psikologi*, 2(2022), 155–161. Retrieved from <https://www.mediaarrahan.com/ojs/index.php/edufa/article/view/39>
- Astiti, I. A. G. P., Mahadewi, N. M. A. S., & Aditya, I. G. N. A. K. (2020). Representasi Identitas Virtual Mahasiswa Peserta MBKM Magang dalam Akun LinkedIn di Kota Denpasar, 1–12. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/sorot/article/view/100590/49817>
- Aulia, N., Gunawan, W., & Yunita, D. (2024). Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro_Yustina). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10, 89–104. Retrieved from <https://ejournal.unib.ac.id/jsn/article/view/33762>
- Azhar, Wahyuddin, Saharuddin, & Khairina. (2024). Edukasi Literasi Perencanaan Keuangan dan Investasi di Kalangan Masyarakat Khususnya Gen Z, 4(3), 185–188. Retrieved from <http://jsmd.dikara.org/jsmd/article/view/145/141>
- Azizah, F. N. (2023). Representasi Diri “Generasi Z” Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kelas 4a2 Mata Kuliah Metode Penelitian Kualitatif). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Dan Politik (KONASPOL)*, 1, 129. <https://doi.org/10.32897/konaspol.2023.1.0.2364>

- Azkiya, N., Makaria, E. C., & Arsyad, M. (2025). Hubungan Halo Effect dengan Psychological Well-Being Mahasiswa Magang Studi Independen Bersertifikat, *1398*(1), 50–60.
- Butar Butar, C. R., & Fithrah Ali, D. S. (2018). Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, *2*(2), 86. <https://doi.org/10.24198/prh.v2i2.12029>
- Chabibah, I. (2021). Pemanfaatan Fitur Reels Di Instagram Sebagai Media Promosi Di Perpustakaan Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, *10*(1), 1–16. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/37996>
- Donath, J., & Boyd, D. (2016). Beyond the Individual : Toward a Nomological Network of Organizational Empowerment Beyond the Individual : Toward a Nomological Network of Organizational Empowerment, *34*(October 2004). <https://doi.org/10.1023/B>
- Fatimah, A. N., Imsa, M. A., & Soegiarto, A. (2024). Optimalisasi pengalaman belajar pada program pelatihan daring melalui adaptasi alat ukur e-learning learning experience. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, *5*(225), 957–967. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i4.22314>
- Fauzi, U. I. (2021). Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pemilihan Wedding Organizer Syariah. *Youth & Islamic Economic Journal*, *2*(1), 42–47. Retrieved from <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/74>
- Fitriani, D. M., & Mardiana. (2021). Hubungan Citra Tubuh, Aktivitas Fisik dan Pengetahuan Gizi Seimbang dengan Tingkat Kecukupan Energi. *Indonesian Journal of Public Health and Nutrition*, *1*(3), 388–395. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/journals/IJPHN/article/view/9646>
- Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15–20. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690>
- Fricila, T., Rasyid, A., & Kamal, A. (2022). Media Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Pendalas: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat*, *2*(3), 242–247. <https://doi.org/10.47006/pendalas.v2i3.183>
- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes Generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, *64*(4), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.013>

- Gunawan, S., Maritasari, D. B., Puadi, L. N., Fitriani, L., Marpuah, M., Jannah, R., & Novariandi, R. (2024). Perwujudan Identitas Manusia Indonesia Melalui Penghayatan Profil Pelajar Pancasila. *Al Madrasah Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiya*, 8(3), 1253. <https://doi.org/10.35931/am.v8i3.3789>
- Hutabarat, P. M. (2021). Podcast dan Personal Branding: Potensi Podcast Sebagai Media untuk Membangun Personal Brand Pelaku UMKM dengan Pendekatan Content Marketing. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(1), 20–27. Retrieved from <http://journal.vokasi.ui.ac.id/index.php/jsht/article/view/162>
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Diri Remaja Pada Media Sosial Instagram. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1–9. Retrieved from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849>
- Kristanti, V. D. S., & Harimurti, A. (2023). Konstruksi Identitas Pada Individu yang Memiliki Lebih dari Satu Instagram. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19. Retrieved from <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/Manasa/article/view/4913>
- Larasati, D. P. (2023). Identitas virtual pada @jjergaf dalam media sosial twitter. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Dan Politik (KONASPOL)*, 1, 390–399. Retrieved from <http://183.91.79.105/index.php/prosiding-konaspol/article/view/2385>
- Levansyah, & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Madhini, I. T., Rohmah, N. N., Saudi, Y., Ishnan, Rahmawati, E., & Futhirrijal. (2024). Penerapan Kecerdasan Buatan (AI) dalam Produksi Konten Penyiaran : Peluang dan Tantangan. *Seminar Nasional Paedagoria*, 4, 612–620. Retrieved from <https://journal.ummat.ac.id/index.php/fkip/article/view/25644>
- Maharani, I. P., & Mardiana, L. (2024). Pembentukan Personal Branding @Dilanjaniyar_2 Di Media Sosial Tiktok. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 7(2), 157–166.
- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8–17. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.660>
- Modeong, R. S., & Puluhulawa, F. U. (2025). The Responsibility of Social Media Platform Providers in Protecting Users through Username Management, 5(1),

1–17.

- Muharromah, I. A., & Yunita, Y. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Upaya Meningkatkan Personal Branding. *Wistara: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 4(1), 96–101. <https://doi.org/10.23969/wistara.v4i1.10247>
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Hartono. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>
- 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>
- Novianti, W., Siddik, R. R., Suherman, M. M., & Pahlevi, R. (2023). Efektivitas Metode Dialog Sokratik untuk Mengembangkan Keterampilan Berpikir Kritis. *Indonesian Journal of Educational Counseling*, 7(2), 332–339. <https://doi.org/10.30653/001.202372.303>
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Whana Pendidikan*, 10(September), 1–23. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/7892/6912/>
- Nurhalizah, S., Jamilah, S., & Suhardi. (2022). Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram pada Mahasiswa. *Jourmics*, 1(2), 67–90. Retrieved from <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/jourmics/article/download/3529/1278/>
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95–102. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Octavaldy, E., Prajasutra, P. A., & Wisudanto. (2024). Pengaruh Angka Engagement Media Sosial Instagram Terhadap Revenue Bulanan di Aurila Hotel Palangka Raya. *Action Research Literate*, 8(2), 126–131. Retrieved from <https://arl.ridwaninstitute.co.id/index.php/arl>
- Oktavianingtyas, I., Seran, A., & Sigit, R. R. (2021). Jean Baudrillard dan Pokok Pemikirannya. *Propaganda*, 1(2), 113–121. <https://doi.org/10.37010/prop.v1i2.258>
- Prasetyanto, E., & Sariningsih, Y. (2022). Hubungan Aktualisasi Diri Dengan Pemanfaatan Social Network Melalui Media Sosial Pada Pegawai Di Login Megastore Bandung. *Jurnal Ilmiah Rehabilitasi Sosial (Rehsos)*, 4(1). <https://doi.org/10.31595/rehsos.v4i1.535>

- Pratiwi, A. P. (2023). "Meraih Keunggulan Bidang Ilmu Sosial dan Politik Identitas Virtual Pada Roleplayer di Twitter. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*, 1, 215–227.
- Purwanti, P. (2023). Pengembangan Instrumen Self Efficacy-Academic di SMK Negeri 1 Tenganan. *Ekspone*, 13(1), 37–44. <https://doi.org/10.47637/ekspone.v13i1.712>
- Putri, D., & Kuncoro, J. (2023). Hubungan antara Harga Diri dan Kesediaan Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 021(2963–2730), 216–225. Retrieved from <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/31268/8368>
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10. Retrieved from <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/422>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Rahma, A. A. R., Ardianti, H., & dan Khaliq, F. (2024). Peran Media Sosial dalam Dinamika Sosial Masyarakat Kontemporer. *Jurnal Komunikasi Digital Dan Penyiaran Islam*, 15(1), 37–48. Retrieved from <https://journal.alshobar.or.id/index.php/jkdpi/article/view/229>
- Rahmawati, F., & Wijaya, L. S. (2024). Membangun Personal Branding di LinkedIn : Perspektif Generasi Z dalam Pencarian Kerja, 8, 522–537.
- Rakanda, D. R., Rochayanti, C., & Arofah, K. (2020). Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan*, 24(1), 478. <https://doi.org/10.31315/paradigma.v24i1.5020>
- Rista, Y. O., Desi, & Michael, B. (2021). Virtual Identity Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Baru Bengkulu. *Pax Humana*, 159–170. Retrieved from <http://jurnalilmiah-paxhumana.org/index.php/PH/article/view/382>
- Rorong, M. J. (2018). The Presentation Of Self in Everyday Life: Studi Pustaka Dalam Memahami Realitas Dalam Perspektif ERVING GOFFMAN. *Jurnal Oratio Directa*, 1(2), 119–132.
- Rusandi, & Rusli, M. (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>
- Rusydi, I. (2017). Pengaruh Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Akidah

- Akhlak Hubungannya Dengan Akhlak Siswa Di Sekolah (Penelitian di MTS Al-Ghozali Kab. Indramayu). *Risalah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 4(December), 133–140. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1255354>
- Sabila, Z., Abidin, Z., & Ana, F. P. (2023). Make Up Dan Identitas: Konstruksi Identitas Diri Pengguna Make Up Korea (Studi Fenomenologi Remaja Akhir di Cikarang Barat). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 431–437. Retrieved from <https://doi.org/10.5281/zenodo.7968730>
- Sadiyyah, P. A., Octavini, N. A., Agustin, M., & Prikurnia, A. K. (2025). Mengungkap Minat Beli Konsumen Melalui Video UGC dan E-WOM Pada Aplikasi TikTok Studi Kasus Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung. *Journal Of Economic and Bussiness Retail*, 05, 19–26. Retrieved from <https://journal.institdla.ac.id/index.php/jebr/article/view/225>
- Sahib, A., Elshifa, A., Dalim, M., & Ilham. (2024). *Strategi Komunikasi Memperkuat Hubungan Interpersonal dan Public Relation*. (A. Fuadi, Ed.) (Pertama, 2). Kebumen, Indonesia: Mutiara Intelektual Indonesia. <https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/381292621> Strategi
- Saifudin, W. (2020). *Proses Gatekeeping Radio Suara Surabaya Dalam Menjaga Akurasi Berita Di Tengah Serbuan Hoax*. Universitas Airlangga. Retrieved from [https://repository.unair.ac.id/97573/%0Ahttps://repository.unair.ac.id/97573/4/13.BAB I PENDAHULUAN .pdf](https://repository.unair.ac.id/97573/%0Ahttps://repository.unair.ac.id/97573/4/13.BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf)
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2019). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi-Online*, 6(4), 1–12. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/download/21950/20197>
- Saputra, R., Hasanah, N., & Azis, M. (2024). Besaung : Jurnal Seni , Desain dan Budaya Peran Seni Dalam Mempertahankan Identitas Budaya Besaung Jurnal Seni , Desain dan Budaya. *Besaung Jurnal Seni, Desain Dan Budaya*, 9(2), 183–195. Retrieved from <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung/article/download/4044/2284/13138>
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Suri, I., & Perkasa, A. W. A. P. (2023). Media Sosial dan Citra Diri: Peran Akun Kedua dalam Melindungi Identitas dan Privasi Anak serta Remaja. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(5), 8782–8796. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5766>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

- Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Tanika, D. L., & Muhibbin, A. (2023). Instagram Story dan Membangun Citra Diri: Studi pada Remaja di Desa Karangduren. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 15(2), 222–241. Retrieved from <https://journals.ums.ac.id/komuniti/article/download/22862/8718>
- Umayu, N. S., Fajrie, M., & Muslimin, K. (2024). Personal Branding dan Identitas Virtual Remaja di Media Sosial pada Era Modern (Studi Kasus Personal Branding dan Identitas Virtual Wirda Mansur di Instagram), 18, 1–22. Retrieved from <https://jit.binadarma.ac.id/journal/index.php/jurnalinovasi/article/view/2707>
- Widyawati, D. (2021). Kontruksi Identitas Virtual Androgini di Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Selebgram Jovi Adhiguna Hunter dalam Media Sosial Instagram) Devi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(02), 50–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4657209>
- Wijaya, Y. A., & Ridanasti, E. (2024). Pengaruh User Generated Content terhadap Niat Pembelian oleh Konsumen Melalui Channel GadgetIn. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(8), 4259–4276. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i8.4498>
- Winata, A. P., Mayasari, Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Pengaruh Trend Fashion di TikTok Terhadap Gaya Berpakaian Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Buana Kata: Pendidikan, Bahasa, Dan Ilmu Komunikasi*, 2(1), 1–9. Retrieved from <https://jurnal.pbs.fkip.unila.ac.id/index.php/buanakata/article/view/634>
- Yanti, E., & Malik, C. (2020). Antara “Aku” dan Facebook: Kontruksi Pesan dalam Foto Profil di Media Sosial. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 4(1), 74–89. Retrieved from <https://online-journal.unja.ac.id/titian/article/view/9508>
- Yosida, E. (2025). Persepsi Gen Z Mengenai Perilaku Oversharing di Media Sosial. *Jurnal Sosial Dan Nusantara*, 9(1), 1–9. Retrieved from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/4200>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, N. G. (2024). Analisis Personal Branding Pada Kesuksesan Karir Content Creator TikTok, 8(2), 729–738. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.26934>
- Zuniananta, L. E. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37–42. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/40240>