

DAFTAR PUSTAKA

BUKU DAN JURNAL

- Abidin, Zaenal. 2007. *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi : Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta :LESFI.
- Abugaza, Anwar. 2013. *Social Media Politica: Gerak Massa Tanpa Lembaga*. Jakarta: PT. Tali Writing dan Publishing House.
- Andu, Christine Purnamasari. 2016. *Penggunaan Media Grindr dikalangan Gay Dalam Menjalin Hubungan Personal*. Tesis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Annisa Audina, A. M. (2018). Makna *Personal branding* Selebgram di Media Sosial. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 4(2), 586–592
- Bahfiarti, Tuti. 2011. *Mistifikasi 'Bissu' Dalam Upacara Ritual Adat Etnik Bugis Makassar (Kajian Studi Dramaturgi)* . *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(2): 161- 162.
- Brehm, S.S. & Kassir, S.M.1993. *Social Psychology*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media : 101 Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Willey & Sons. *Buletin Psikologi*. 25(1): 36-37.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif* . Jakarta : Prenada Media Group
- Curran, J., & Lennon, R. (2011). *Participating in the conversation: exploring usage of social media networking sites*. *Academy of Marketing Studies Journal*, 15(1), 21–38
- Ferrel, O.C & D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation

- Femilia Pratiwi, I. (2020). *Personal branding* Ria Ricis Pada Media Sosial *Instagram*. Jurnal Penelitian Komunikasi, 23(1), 15– 30.
- Franzia, E. (2018). *Personal branding* Melalui Media Sosial. *Personal branding* Melalui Media Sosial, 15–20.
- Frischmann, R. M. (2014). Online Personal Brand: Skill Set, Aura, and Identity. USA: United States of America: Create Space Independent Publishing Platform.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Gad, Thomas. Rosencreutz, Anette. 2002. *Managing Brand Me*. Britain: Pearson Education Limited
- Halpern, Jake. 2008. *Fame Junkies: The Giddem Truths Behind America's Favorite Addiction*. Houghton Mifflin Harcourt
- Haroen, Dewi. 2014. *Personal branding*. Jakarta: Gramedia
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Sosial Empirik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- J. Moleong, Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: Remaja Rosda Karya
- 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.
- Jogiyanto. 2005. *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif* Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Luttrell, Regina. 2015. *Social Media; How to Engage, Share, and Connect* Rowman & Littlefield
- Luthan, Fred. 2008. *Organization Behaviour*. Yogyakarta: Andi Offset
- LittleJohn, Stephen W & Foss, Karen A. 2002. *Teori Komunikasi (Theory of Human Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). *Personal branding* Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus *Personal branding* Alumni Abang Nong Jakarta Di Media Sosial “Instagram”).
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Montoya, Peter. 2002. *The Personal branding Phenomenon*. Nashville: Vaughan Printing.
- Natasha Putri Tumakaka, Susanne Dida, F. A. A. P. (2019). *Personal branding* Rachel Goddard Sebagai Beauty Travel & Parody Vlogger. *Actadurna*, 15(2), 76–97.
- Patton, Michael Quinn. 1987. *Qualitative Education Methods*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Rampersad, H. K. 2009. *Authentic Personal branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand*. Charlotte, NC: Information Age Publishing Inc.
- Rohayati, Vita. 2016. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Seni Tata Rias Pengantin di Banjarnegara*. Sripsi. Jurusan Pendidikan

Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang

Schawbel, D. Richard West, Lynn H. Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Buku 1 Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika.

Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. 2011. Metodologi Penelitian. Bandung: Mandar Maju.

Shimp, Terence, A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu. Terjemahan, Edisi ke-1 jilid 5. Jakarta: Erlangga.

Spradley, James P. 2007. Metode Etnografi. Yogyakarta :Tiara Wacana Yogyakarta

Wood, Julia T. 2014. Komunikasi Teori dan Praktik Komunikasi dalam Kehidupan Kita Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika

Wulandari, Yunika Niken. 2009. Peran Juru Rias Terhadap Pelestarian Tata Rias Dan Busana Adat Solo Putri di Kabupaten Temanggung. Skripsi. Jurusan Teknik Jasa dan Produksi Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang

SUMBER ONLINE:

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>

<https://binus.ac.id/malang/2020/07/media-sosial-sebagai-sarana-personal-branding/#:~:text=Adapun%20manfaat%20yang%20dapat%20ambili,bidang%20keahlian%20yang%20kita%20miliki.>

<https://www.bizhare.id/media/bisnis/analisis-swot-diri-sendiri/#:~:text=Pengertian%20Personal%20SWOT%20Analysis,karir%20dan%20meningkatkan%20kualitas%20hidup.>

<https://binus.ac.id/malang/2020/07/media-sosial-sebagai-sarana-personal-branding/>

<https://www.sekawanmedia.co.id/blog/media-sosial-adalah/>

<https://qwords.com/blog/teori-New-media/>

<https://binus.ac.id/malang/2020/08/apa-itu-computer-mediated-communication/>

<https://www.kompasiana.com/dwiarko/550028cca33311c56f510164/lima-faktor-perlunya-personal-branding>

LAMPIRAN

A. Pedoman Wawancara

Karakteristik Informan

Nama :

Umur :

Lama Usaha :

Rumusan masalah 1 : Bagaimana identifikasi media social yang digunakan “Indo’botting” dalam melakukan *personal branding*?

Pertanyaan :

1. Media sosial apa yang anda gunakan?
2. Mengapa menggunakan media sosial tersebut?
3. Berapa lama saudara telah aktif menggunakan akun tersebut?
4. Apa yang menjadi tujuan Anda sampai saat ini memilih menggunakan akun tersebut sebagai akun bisnis?
5. Apakah saudara merasa dengan menggunakan akun tersebut tujuan-tujuan yang anda inginkan telah tercapai atau terpenuhi?

Rumusan Masalah 2 : Bagaimana bentuk *personal branding* “Indo botting” dalam media sosial di Sulawesi Selatan?

Pertanyaan :

1. Dalam proses pembentukan *personal branding*, seseorang dikatakan ahli pada satu bidang jika sudah menguasai prosesi pernikahan adat bugis? jelaskan.
2. Bagaimana bentuk kepemimpinan yang ada pada diri Anda?
3. Bagaimana bentuk kepribadian yang baik bagi jalannya sebuah usaha, menurut Anda? Jelaskan.
4. Apakah yang menjadi pembeda antara Anda dengan “*Indo’ botting*” yang lain? Jelaskan.
5. Bagaimana proses Anda untuk harus terlihat di media sosial? Apa yang Anda lakukan? Jelaskan.
6. Menurut anda bagaimana seorang “*Indo’ botting*” dalam menampilkan kehidupan pribadinya dalam sebuah akun bisnis? Apakah Anda sendiri sering melakukan hal tersebut?
7. Bagaimana Anda mempertahankan personal brand yang Anda sudah bangun sejak awal hingga saat ini?
8. Bagaimana Anda mempertahankan *personal branding* guna mempertahankan nama baik yang sudah ada sejak lama?

Rumusan Masalah 3 : Bagaimana Faktor pembentuk *personal branding* “*Indo’ botting*” dalam media sosial di Sulawesi Selatan

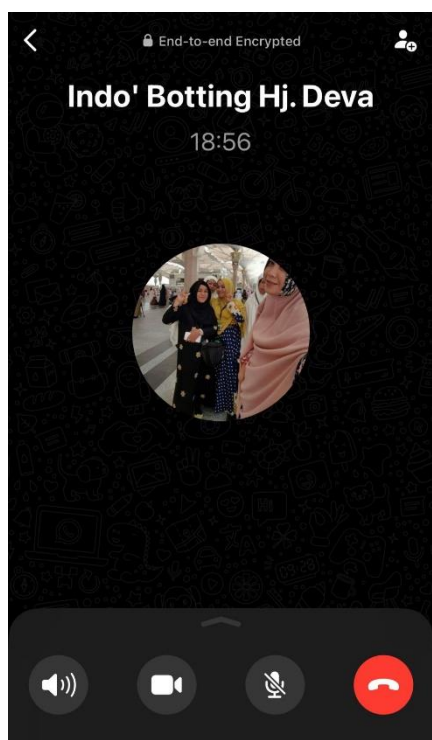
Pertanyaan :

1. Siapakah pesaing utama dari bisnis yang anda jalankan sebagai “*Indo’ botting*”?
2. apa yang membedakan produk jasa anda dengan pesaingnya?
3. Sebutkan fakta mengapa produk jasa Anda disukai oleh client?
4. Apa yang menyebabkan SDM Anda lebih baik daripada pesaing?
5. Menurut Anda, Apa kelebihan/keunikan produk jasa yang Anda tawarkan dibandingkan pesaingnya?
6. Menurut Anda, apa kekurangan yang dimiliki oleh bisnis Anda? Mengapa demikian?
7. Masalah apa yang sering dikeluhkan pelanggan?
8. Seandainya kita kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya.
9. Kelemahan apa yang belum kita perbaiki?
10. Apa yang paling diinginkan pelanggan?
11. Apa yang membuat “*Indo’ botting*” Berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek dimasa mendatang?
12. Hal apa yang kira kira dapat mengancam bisnis yang Anda bangun?
13. Masalah apa yang sering kali terjadi dan berulang kali bisa terjadi?

DOKUMENTASI



*Gambar 5. 1 Wawancara By
Whats App Hj. Lalla Afdal*



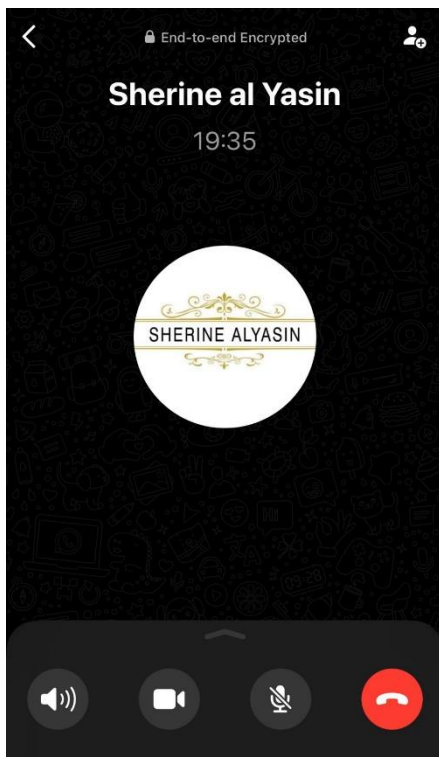
*Gambar 5. 2 Wawancara By
Whats App Hj. Devawati*



Gambar 5. 3 Wawancara Bersama Khadijamels



Gambar 5. 4 Proses Pemasangan Baju Oleh “Indo’ botting”



*Gambar 5. 5 Wawancara By
Whats App Sherine Al Yasin*



*Gambar 5. 6 Wawancara By
Whats App Mia Bridal*



Gambar 5. 7 Tambahan Wawancara By Pesan Instagram Hj. Lalla Afdal



Gambar 5. 8 Wawancara Bersama Hj. Andi Diana Beso