

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Afrilia, A. M. (2018, Juni). *Personal Branding Remaja di Era Digital*. 11, 20-30.
- Alfabeta, S. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*.
- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial (Interaksi, Identitas dan Modal Sosial)*. Jakarta: Kencana
- Annur, C. M. (2022, Maret 23). *Retrieved from Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*
- Arbi, Armawati. 2019. *Komunikasi Intrapribadi (Integrasi Komunikasi Spiritual, Komunikasi Islam, dan Komunikasi Lingkungan)*. Jakarta: Kencana
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran : Konsep Dan Aplikasi Di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Awallina Yusandal*, R. D. (2021, Juli). *STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)*. 11, 41-52.
- Bambang dan Nufian, *Strategi Branding (Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis)*, (Malang: UB Press, 2020), hlm. 16
- Farco Siswiyanto Raharjo, *The Master Book of Personal Branding (Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara)*, (Yogyakarta: Quadrant, 2019), hlm. 9-10
- Franzia, E. (2018). *Personal Branding melalui Media Sosial*.
- Gie. (2020, Oktober 23). *Personal Branding: Pengertian, Pentingnya dan Cara Meningkatkan*.
- Rohmadi, Arif. 2016. *Tips Produktif Ber-Social Media (Memanfaatkan Aneka Sosial Media Populer, Riset Sosial Media, Promosi Online)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Ha, L. (2008). *Penelitian periklanan online dalam jurnal periklanan: Tinjauan*. *Jurnal Lancar Masalah Dan Penelitian Dalam Periklanan*, 30, 31–48.
- Haroen, D. (2022). *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Ini, D. J. (2016, November 7). *Tumming dan Abu profile*.

- Hermawan, Agus. Komunikasi Pemasaran. 2012. Jakarta: Erlangga.
- Ismail, Muh Zulfikar. (2017). *Personal Branding Pejabat Public Di Media Sosial Instagram*. Makassar : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin
- Jayani, D. H. (2020, Februari 26). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*.
- Karim, R. (2021, Maret 31). *Personal Branding: Penjelasan Arti dan Manfaat*.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (1997), Dasar-dasar Pemasaran. Jilid Satu, PT. Prenhallindo : Jakarta
- Muhammad Aziz, Dasar dan Strategi, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.23.
- Achmad, E. S. (2020). *Personal Branding Pada Remaja Melalui Instagram*.
- Peter Montoya, The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah, (USA: Peter Montoya Incorporated, 2002), hlm. 15
- Sadono, Pengantar Bisnis Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 210.
- Sánchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers & Education*, 74, 81–97.
- Suherlan, R. (2022, Ferbruari 10). *Daftar Media Sosial yang Paling Populer Tahun 2022, Ada WhatsApp dan TikTok* .
- Sulistyo-Basuki. (2010). *Metode Penelitian* .
- Susanto, E. H. (2013). Komunikasi Politik. Jakarta. Mitra Wacana Media.
- Umam. (n.d.). *Sejarah Internet hingga Perkembangannya di Indonesia Saat ini*.
- Widiyono, Mukhaer Pakkana, Pengantar Bisnis, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013)
- Zainudin, A. Rahman, Sejarah Sosial Media Dari Gutenberg Sampai Internet, (Jakarta.Yayasan Obor Indonesia, 2006), 1.
- Zarella, Dan. 2010. The Social Media Marketing Book. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Selama Penelitian



Lampiran 2. Dokumentasi Chat Pribadi dengan Responden

