

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, M. A. (2018). Personal Branding Remaja Di Era Digital. *Jurnal Komunikasi 11 (1)*, 20-30.
- Annur, C. M. (2023, Januari). Media Sosial Dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2023).
- Annur, C. M. (2023). Media Sosial Dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2023).  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/06/facebook-hingga-twitter-ini-deretan-media-sosial-terpopuler-dunia-di-awal-2023>.
- APJII, H. S. (2022-2023).
- Apriananra, Y. &. ( 2018). Penggunaan website dan media sosial dalam membangun citra positif perguruan tinggi. *KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmiah Komunikasi 7(2)*, 187-209.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Simbiosis rekayasa media.
- Dewi, R. &. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego. 8(3). *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 340-347.
- Faiqah, F. M. (2016). YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 259-272.
- Gunawan, R. e. (2021). Adiksi Media Sosial dan Gadget bagi Pengguna Internet di Indonesia. *Techno-Socio Ekonomika 14.1*, 1-14.
- GUSTAFIAN, T. H. (2014). STRATEGI PERSONAL BRANDING FOTOGRAFER HOTEL DAN RESORT . *Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Personal Branding Gabriel Ulung Wicaksono sebagai Fotografer Hotel dan Resort. Diss. UAJY*.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah Di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Henry, R. K. (2014). The Use of Social Media in Dental Hygiene Programs: A Survey of Program Directors. *American Dental Hygienists' Association 88.4*, 243-249.

- Khedher, M. (2014). Personal Branding Phenomenon. *International Journal of Information, Business, and Management* 6.2, 29.
- McQuail, D. (n.d.). *Teori Komunikasi Massa* .
- Moleong, L. J. (Yogyakarta 2012). Parawisata Pedesaan Sebagai Alternatif Pembangunan Berkelanjutan (Laporan Penelitian Hibah Bersaing Perguruan Tinggi). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung*.
- Montoya, P. T. (2003). *The personal branding phenomenon*. Orange Country: Peter Montoya Inc.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio Teknologi)*. Bandung: Simbiosis rekayasa media.
- O'Brien, T. (2007). *The Power Of Personal Branding: Creating celebrity with your target audience*. Mendham Publishing.
- Petruca, I. (2016). Personal Branding Through Social Media. *International Journal of Communication Research* 6.4, 389.
- Putri, A. F. (2014). Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial (Studi Deskriptif Opini Siswa SMAN 1 Medan Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial). *Jurnal Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Putri, K. (2020). Analisis Personal Branding Ruben Onsu Melalui Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @GeprekBensu). *Jurnal Komunikasi Efek* 4 (1), 1-8.
- Rampersad, H. (2008). A new blueprint for powerful and authentic personal branding. *Performance Improvement* 47 (6), 34-37.
- Restusari, F. N. (2020). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Kasus Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi* 3.2, 176-186.
- Romadhan, M. I. (2018). Personal Branding Jokowi dalam Mempertahankan Brand Image Melalui Video Blog YouTube. *MetaCommunication : Journal of Communication Studies* 3.2.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Social), H. (. (2023). Indonesian Digital Report.

- Sukami, N. F. (2022). Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram @agusyudhoyono. *Jurnal Cyber PR 2.1*, 25-48.
- Wahyuni, H. I. (2018). Kebijakan Media Baru Di Indonesia:(Harapan Dinamika Dan Capaian Kebijakan Media Baru Di Indonesia). *UGM Press*.
- Yunita, D. A. (2010). Personal Branding Online (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Personal Branding Online anggota Soloraya Facebook Community (SFC)).
- Yunitasari, C. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding Dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran 1 (1)*, 1-8.

