

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Agustiani, Hendriati. (2006). *Psikologi perkembangan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Arruda William. (2007). *Career Distinction : Stand Out by Building Your Brand*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Basuki, Heru. (2006). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya*. Jakarta
- Bungin, Burhan (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Chiaravalle, B; Schenk, B.F. (2007). *Branding for Dummies*. Hoboken: Wiley
- Chiles, David. (2015). *Social Media Best Practices*: David Paul Chiles Publishing.
- Daymon, Christine dan Immy Holloway. (2002). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang
- Devito, Joseph A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Djamarah, Syaiful Bahri.(2008). *Psikologi Belajar*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Ghufron, M. Nur & Risnawati, Rini. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta : Ar- Ruzz media
- Juju, Dominikus & Feri Sulianta. (2010). *Branding Promotion with Social Network*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kaplan, Andreas & Haenlein, Micheal. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson- Prentice Hall.

- Landa, Robin. (2006). *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning.
- Landsverk, Kjell Halvor. (2014). *The Instagram Book: Edition 2014*. United Kingdom: PrimeHead Limited.
- McNally, David & Speak, Karl D. (2004). *Be Your Own Brand*. California : Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Montoya, Peter., & Vandehey, Tim.(2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace (paperback)*. United States of America: McGraw-Hill.
- Morissan, 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Cet ke-1*. Jakarta: Kencana
- Neher, Krista. (2014). *Visual Social Marketing For Dummies*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara.
- Pudjijogyanti, C. (1993). *Konsep Diri dalam Pendidikan*. Jakarta: Arcan.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Pujasari, L., & Mahadian, A. B. (2016). *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Deepublish.
- Rahmat, Jalaluddin. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Rampersard, Hubert K. (2008). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand*. United States of America: Information Age Publishing Inc.
- Safko, Lan. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies*. Canada: John Wiley & Sons. Santrock,
- Sugiyono. (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Tuten, L Tracy. (2008). *Advertising: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. United States: Greenwood Publishing Group
- Wheeler, Alina. (2009). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. New York: John Wiley & Sons.Inc.
- Wijaya, B. S. (2013). *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. *European Journal of Business and Management*, 5 (31), 55-65
- Wood, Julia T. (2011). *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication. International Edition*. England: Wadsworth Cengage Learning.
- Yin, Robert K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods (4th ed.)*. SAGE Publication Inc.
- Yunitasari, Cindy dan Edwin Japariato (2013). *Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. Vol. 1, No. 1, (2013) 1-8*
- Zarella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. United States of America: Oreilly Media.

**Jurnal, Skripsi & Tesis**

Bhalotia, N. (2002). *Personal Branding – “Me, Inc.”*. Paper of Australia Council for the Arts

Safitri, Yuliani. (2015), *Menjadi Selebgram Untuk Menjadi Aktor : Strategi Pemerekan Personal Marlo Randy Ernesto*. Universitas Bakrie.

Septriadi, D. (2012). *Analisis Proses Pembentukan Personal Brand Melalui Social Media*. Studi Magister

Supratman, L. P. (2015). *Konsep Diri Remaja Dari Keluarga Bercerai*. Jurnal Penelitian Komunikasi, 18(2).

Suteja, Chandra Perdana. (2010). *Implementasi Strategi Personal Branding untuk Membangun Keyakinan Audience terhadap Bask melalui Media Internet (Studi Kasus Penggunaan Tokoh Fiktif Sarah Aprilia untuk Produk Bask Men’s Personal Care)*. Studi Sarjana pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Syaifuddin.(2013). *Microblogging Sebagai Pembentuk Personal Branding*. JMA, 18(2), 116.

Zuroida, Aironi (2012). *Konsep Diri Pada Remaja Yang Terlibat Prostitusi :Studi Kasus Pada Remaja Yang Terlibat Prostitusi*. Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya.

### **Artikel Elektronik**

- Arshki, M. (2016, Februari 26). 4 Kunci Utama Menjalin Kolaborasi Antara Brand dan Influencer. (T. Banu, Ed.) Diakses Pada 19 November, 2017, from Social Media Week: <https://socialmediaweek.org/jakarta/2016/02/26/4-kunci-utama-menjalin-kolaborasi-antara-brand-dan-influencer/>. pada pukul 19.30 WIB
- Azizi, Ahmad Naufal (2017). Positivisme, Post Positivisme, Critical Theory, dan Konstruksivisme. (T. Banu, Ed.) Diakses Pada 9 Oktober, 2018, from Academia: [https://www.academia.edu/31875037/Positivisme Post Positivisme Critical Theory dan Konstruksivisme?auto=download](https://www.academia.edu/31875037/Positivisme_Post_Positivisme_Critical_Theory_dan_Konstruksivisme?auto=download). pada pukul 19.30 WIB
- Fimela.com. (2018). Tebak Kepribadian! Anda Introvert, Ekstrovert atau Ambivert. Diakses Pada. 8 Oktober 2018, <https://www.fimela.com/fimela/read/3750369/tebak-kepribadian-anda-introvert-ekstrovert-atau-ambivert.Pada Pukul 23.10> WIB.
- Instagram Team. (2016). Community Guidelines. Diakses Pada 8 Desember 2017, from Instagram: <https://help.instagram.com/477434105621119/> pada pukul 19.50 WIB
- Mailanto, A. (2016, Januari 14). Pengguna Instagram di Indonesia Terbanyak, Mencapai 89%. Diakses Pada 12 Desember 2017, from Okezone Techno: <http://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagramdi-indonesia-terbanyak-mencapai-89>. Pada pukul 20.20 WIB
- Syahputra, A. (2016, Juni). Influencer: Fenomena Menjadi Terkenal dan Dibayar Untuk Membuat Post di Media Sosial. Diakses Pada 19 Desember 2017, from Vulcano Post: <https://id.vulcanpost.com/2016/05/29/influencer-terkenalgepost-media-sosial/>. Pada pukul 21.00 WIB
- Wahono, T. (Ed.). (2011, July 14). Kampanye di Social Media Butuh "Influencer" Tepat. Diakses Pada 19 Desember 2017, from Kompas Tekno: <http://tekno.kompas.com/read/2011/07/14/16414062/Kampanye.di.Social.Medi.a.Butuh.Influencer.Tepat>. Pada pukul 19.00 WIB
- Wening, A. A. (2016, April 10). Strategi Branding Dianggap Semakin Penting. Diakses Pada 16 November 2017, from Entrepreneur Bisnis: <http://entrepreneur.bisnis.com/read/20160410/263/536470/strategi-brandingdianggap-semakin-penting>. Pada pukul 20.30 WIB