

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behaviour*. McGraw-Hill Education (UK).
- Amanda, R. A. (2016). Pengaruh game online terhadap perubahan perilaku agresif remaja di samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 290–304.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Airlangga University Press.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya)*.
- Franzia, E. (2018a). Pengaruh Sinergi Foto Profil Media Jejaring Sosial dalam Meningkatkan Personal Branding. *Panggung*, 28(1), 298429.
- Franzia, E. (2018b). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15–20.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). *Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*. Deepublish.
- Hamidi, D., & Si, M. (2007). *Metode penelitian dan Teori komunikasi. Pendekatan Praktis Penulisan*.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Juliansyah Noor, S. E. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media.
- Kertamukti, R. (2015). Instagram dan pembentukan citra (Studi kualitatif komunikasi visual dalam pembentukan personal karakter account instagram@ basukibtp). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.

- Maureen, C., & Stellarosa, Y. (2021). Instagram sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 27–34.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Octavia, S. A. (2020). *Motivasi belajar dalam perkembangan remaja*. Deepublish.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51–65.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rahim, A. R. (2020). *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Zahir Publishing.
- Rahmawati, R., Musfichin, M., & Mubarak, M. (2021). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Motivasi Berprestasi. *Jurnal Al-Husna*, 1(3), 224–236.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207–214.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suharto, C. Y. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari CYN. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi hbjh*. Deepublish.
- Sukardi, H. M. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia Virtual)*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74.

Website :

<https://apji.or.id/survei> Diakses pada 10 Oktober 2021

<https://databoks.katadata.co.id/regional> Diakses pada 12 Oktober 2021