

DAFTAR PUSTAKA

- Aziza, N. (2017). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.
- CNN. (2021). *Cara Membuat Feed Instagram yang Bagus dan Menarik*. Cnnindonesia.Com.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Erwin Parengkuan dan Becky Tumewu. (2014). *Personal Brand-Inc*.
- Fitriyani, L. R. (2019). Strategi Personal Branding Penyanyi Tulus dalam Mempertahankan Eksistensi. *Conference On Communication and News Media Studies*, 1, 271–284. <http://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1101>
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Irawan, F. B. (2019). Menyingkap Kualitas Pelayanan Pada Toko Kelontong Aulia Anugerah Pati. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 26–35. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.111.15.0308/B.111.15.0308-15-File-Komplit-20200323090502.pdf>
- Moleong, L. J. (2012:330). (2013). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- National, G., & Pillars, H. (n.d.). *Personal Branding Selebgram di Media Sosial Instagram (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @keanuagl)*. 10–11.
- Perdana, A. (2022). *Kenalan dengan Instagram Reels, Fitur Baru yang Dianggap Saingan TikTok*. Glints.Com. <https://glints.com/id/lowongan/instagram-reels-adalah/#.Yfys8OrMLIU>
- Prof. Dr. Robert K. Yin. (2021). *Studi Kasus Desain & Metode* (Cetakan ke).
- Ramadhanti, T. R. (2016). *Fenomena Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding*. 1–10.

Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30–38.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2654>

Todelogi. (2018). *Program Monev pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kota Pekanbaru*. 40–45.

Wijayanti, N. N. (2021). *Mengenal IGTV: Manfaat, Cara Membuat, Tips, dan Kelebihannya*. Naigahoster.Co.Id. <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-igtv/>

(Prof. Dr. Robert K. Yin, 2021)

Kartika, P. A. (2019). Konsep Diri Pada Personal Branding Akun Instagram Benazio Rizki Putra. *Skripsi*, 1, 71. <https://digilib.esaunggul.ac.id/konsep-diri-pada-personal-branding-akun-instagram-benazio-rizki-putra-16893.html>

Salmaa. (2021). *Purposive Sampling*. Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>