

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Grad. 1996. *Krisma : Bagaimana cara mendapatkan keajaiban yang istimewa itu*. Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Leary, M.R., Tangney, June price. (2012). *Hanbook of Self and Identuty*. Landon: The Guilford Press. (PDF)
- Moleong, J Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya
- Suyanto, Bagong. (2005). *Konsep Dasar Anak Usia Dini*. Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional.
- Tamimy, Muhamad Fadhol. (2017). *Sharing-mu Personal Branding-mu : Menampilkan Image dan Karakter di Media Sosial*. Penerbit : Visimedia. Jakarta

### Jurnal:

- Bestiana, Desi. (2012). Citra Tubuh dan Konsep Tubuh Ideal Mahasiswi FISIP Universitas Airlangga Surabaya. *AntroUnairDotNet*, 1(1), 1–12. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-01%20Citra%20Tubuh%20Dan%20Konsep%20Tubuh%20Ideal%20Mahasiswi%20FISIP%20Universitas%20Airlangga%20Surabaya+DESI+BESTIANA.pdf>
- Christina, S., Sitinah, S., Kuniawati, L. S., Sandi, F., & Marta, R. F. (2021). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT Antavaya Melalui Program Acara Celebrity on Vacation Trans TV. *Tuturlogi*, 02(01), 25–38. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2020.002.01.2>
- Fensi, F., & Christian, M. (2018). Determinan Citra Merek Pada Iklan Produk Gawai “Vivo” Berdasarkan Aspek “Celebrity Endorser.” *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 163. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1659>
- Fitrianti, A., Dwi, E., Watie, S., & Ersyad, F. A. (2021). Personal Branding Mahasiswa Ilmu Komunikasi USM Geri Da Pinto pada Akun Creator TikTok @OMAGAAAKKK. *Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 10–21. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Harahap, V. S., Hafiar, H., & Sjoraida, D. F. (2021). Personal Branding Vegan

- Influencer di Instagram. *Avant Garde*, 9(1), 49. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1361>
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 76. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162>
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 604–624. <https://journal.uui.ac.id/thullab/article/view/20315>
- Mocanu, R. (2013). Brand Image as a functions of self image and self brand connection. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*. 1(3) : 387-408
- Nurul Mustaqimmah dan Novi Dian Sari. (2021). Konsep Diri Generasi Z Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kabupaten Rokan Hulu. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9, 148–166. <https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/8430>
- Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin ). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7–52. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/3504>
- Pebriany, srie A., & Sanusi, N. (2020). Buana komunikasi. *Buana Komunikasi, Jurnal Penelitian Dan Studu Ilmu Komunikasi*, 1(2), 92–101.
- Rohman, J., & Baidun, A. (2019). Pengaruh Citra Diri (Self Image) dan Konformitas Terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Remaja. *TAZKIYA: Journal of Psychology*, 1(2). <https://doi.org/10.15408/tazkiya.v1i2.10679>
- Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram). *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6070>
- Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *Jurnal BAPPEDA*, 4(1), 19–25. <https://ojs.selodangmayang.com/index.php/bappeda/article/view/85>
- Sitinah, Sofiawati, S., Fernando, J., & Hidayati, R. K. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09(01), 1–14. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7892>
- Sunastiko, K. P., H, F. N. R., & Putra, N. A. (2015). Hubungan Antara Citra Diri ( Self Image ) dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Kharina Putrie Sunastiko , Frieda N . R . H , Nofiar Aldriandy Putra \*) Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 2(3), 52–59. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/5251/5056>

Sutoyo, M. D. (2020). *Penerapan Personal Branding Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Selebgram Beauty Yogyakarta di Media Sosial Instagram*. 1–121. <http://e-journal.uajy.ac.id/23533/>

Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2017). Analisis Personal Branding Di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an D'anthes Di Instagram). *Jurnal Inovasi*, 11(1), 1–16. <http://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/649/345>

Yunitasari, C., & Japarianto, E. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–8.

**Website:**

<https://dosenpsikologi.com/citra-diri-dalam-psikologi#:~:text=Dimensi%20dari%20citra%20diri%20dalam,dapat%20mengevaluasi%20kepribadiannya%20secara%20psikologis>

**TikTok:**

@jessnolimit999

@Aghakaizen999

@Ardafdllah

@urmatchaare

@Arkanalfarrel

@Rifqi.Az

@xavi869