

DAFTAR PUSTAKA

- Akademi Komunikasi BSI Jakarta, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom>
- Denis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail, Edisi 6 Buku 1*. Salemba Humanika.
- Dr.Rulli Nasrullah, M. S. (2015). *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositnologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Efrida, S., Teknologi dan Bisnis Kalbis, I., Pulomas Selatan Kav, J., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57–71.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta Andi Offset.
- Gadai, M. (2016). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap loyalitas konsumen. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen*, 1–152.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
- Kusnandar, V. B. (2021). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Landsverk, K. H. (2014). *The Instagram Handbook: 2014 Edition*. PrimeHead Limited.
- McNally, D. (2002). *Be Your Own Brand*. Berrett Koehler Publishers.
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Perdagangan, T. P. H. K. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial* (H. W. Satria & L. H. Arifin (Eds.)).
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1). <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>
- Peter Montoya, T. V. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya Incorporated, 2002.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rahardjo, P. M. (2012). *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun*

- Merek Diri dengan Teknik Berbicar.* Anak Hebat Indonesia.
- Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021.* Www.Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *Jurnal BAPPEDA*, 4(1), 19–25.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta.
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144. <https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>
- Wahyu Amalia, T., & Prihandari Satvikadewi, A. (2020). *Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad).*
- Wheeler, A. (2011). *Brand Atlas : Branding Intelligence Made Visible.* John Wiley & Sons Inc.
- Yin, P. D. R. K. (2019). *Studi Kasus: Desain & Metode.* Rajagrafindo Persada.