

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. D. U. (2018). Analisis semiotika charles sanders peirce dalam representasi personal branding wanita single parent di media sosial instagram. *Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. <http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/5115>
- Aji, S. (2020). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. Metafora, VI(2)*.
- Anwar, R. K., & Rusmana, A. (2017). *Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan (Studi kasus pada Sekolah/Madrasah di Desa Kayu Ambon, Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat)*.
- Aprilita,Dini, L. H. R. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo,@Bidadari surga,dan @papua_girl 0. *Program Studi SI Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Surabaya*.
- Arindita, R. (2019). Personal branding mom-influencer dan representasi ibu millennial di media sosial. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Al Azhar Indonesia,Jakarta, 11–24*.
- Astagini, N. (2021). Stereotip Perempuan Pekerja Rumah Tangga Dalam Video “Pembantu Zaman Old Vs Pembantu Zaman Now.” *Journal of Scientific Communication, 3(1)*.
- Azzura, N. (2018). *Pelemahan industri ritel di tengah kemajuan ekonomi Indonesia*. <https://www.merdeka.com/uang/pelemahan-industri-ritel-di-tengah-kemajuan-ekonomi-indonesia.html>.
- Batubara, J. (2017). *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling*.
- Bayu, D. J. (2021). *Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Capai 4,2 Miliar*.
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). *Penggunaan aplikasi tik tok (versi terbaru) dan kreativitas anak*.
- Butsi, I. F. (2019). *Memahami pendekatan positivis ,konstruktivis dan kritis dalam metode penelitian komunikasi*.

- Creswell, J. W. (2014). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka pelajar.
- Daffa. (2022). *Best FYP Hour Schedule to upload videos on tiktok 2022*. <https://netgeek.id/jadwal-fyp-tiktok/>
- Dahono, Y. (2021). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. Senin, 15 Februari*.
- Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. Senin, 15 Februari*. (2021).
- Dewi, R. lita. (2017). *Mindset dan perilaku kewirausahaan wanita pengusaha jasa boga di yogyakarta*.
- Dewi, R. lita. (2018). *Mindset dan perilaku kewirausahaan wanita pengusaha jasa boga di yogyakarta*.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Fajriati, D. S. (2020). Instagram Sebagai Media Sosial Untuk Membangun Personal Branding di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia di Jakarta. In *Kaos GL Dergisi* (Vol. 8, Issue 75).
- Fatmawati Tri Yuni, F. A. N. (2023). Representasi Kecantikan dalam Akun Tiktok Jharna Bhagwani. *Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan*.
- Fauziah, Y. . (2019). *Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 112.
- Ginting, R. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*.
- Haroen, D. (2018). *Personal Branding: Sukses Karier di Era Milenial*.
- Hasiholan, dkk. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19*. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3 juni).
- Helmiatin. (2017). *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*.

- Heri Hendrawan, F. N. (2015). Representasi citra perempuan dalam iklan televisi. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut.*
- Husna Asmaul, F. Y. (2021). Representasi perempuan berdaya pada akun instagram @rachelvennya. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Teuku Umar.*
- Kartika, D. (2017). *Womenpreneur, tren profesi wanita masa kini.* <https://www.citawanita.com/womenpreneur-tren-profesi-wanita/>
- kompas.com. (2020). *Indonesia Sumbang Angka Unduhan Tiktok Terbanyak di Dunia.* <https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduh-tiktok-terbanyak-di-dunia>
- Lestari puji Eddy. (2019). *Paradigma Penelitian.* Universitas Terbuka.
- Mahdi. (2022). *Penggunaan internet dunia capai 4,95 Miliar pada januari 2022.* <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-dunia-capai-495-miliar-pada-januari-2022>
- Maulhayat, F., Kesuma, A. I., & Amiruddin, H. (2018). Peran Instagram di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi.* PT.Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif.* PT.Remaja Rosdakarya.
- Mubarak, M. Z. (2019). *Representasi Citra Diri Walikota Semarang Melalui Akun Instagram @Hendrarpriyadi.* <http://repository.unissula.ac.id/16018/>
- Muhammad Rayhan Firdaus, R. Z. (2022). Representasi Citra Diri Keanu Sebagai Influencer Melalui Instagram @Keanuagl. *Universitas Dian Nuswantoro, Kota Semarang, Indonesia, 10, No.2, 105–114.* <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE>
- Nasrullah. (2015). *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositknologi.*
- Nasrullah. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositknologi.*

- Nawiroh, V. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. GHALIA INDONESIA.
- Oktari dan Devina. (2021). *Perempuan jadi Pengusaha, Kenapa Tidak?*
<https://indonesiabaik.id/infografis/perempuan-jadi-pengusaha-kenapa-tidak>.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 203–212.
- Putra, A. (2018). *Tik Tok – Sosial Media Berbasis Video Yang Sedang Sangat Populer*. August 8. Stuart Hall, “Budaya Media Bahasa : Teks Utama.
- RAM, K. (2020). Representasi Cyber Societ dalam Film “Searching. *Universitas Dian Nuswantoro*.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186.
<https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>
- Riani, A. (n.d.). *Review: Masker Organik Camille Beauty yang Terjual Lebih dari 700 Ribu Buah per Bulan*. Liputan6.Com.
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4860577/review-masker-organik-camille-beauty-yang-terjual-lebih-dari-700-ribu-buah-per-bulan>
- Ridha, N. (2017). *Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian*.
- Ruth, D., & Candraningrum. (2020). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru TikTok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram*. *Koneksi*, 4(2), 207. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8093>.
- Sirait, I. A. . (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wanita Rumah Tangga Berwirausaha di Kota Medan (Studi pada Kecamatan Medan Baru)*.
- Sobur, A. (2018). *Semiotika Komunikasi*. Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Alfabeta, CV.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati. (2018a). *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)*. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.
- Susilowati. (2018b). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)*.
- Sutoyo, M. D. (2020). *Penerapan Personal Branding Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Selebgram Beauty Yogyakarta di Media Sosial Instagram*. <http://ejournal.uajy.ac.id/23533>.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. VisiMedia.
- Unisef. (2021). *Mengatasi Hambatan Gender dalam Kewirausahaan dan Kepemimpinan bagi Anak Perempuan dan Perempuan Muda di Asia Tenggara*. [nicef.org/indonesia/media/9306/file/Mengatasi_hambatan_gender_dalam_kewirausahaan_dan_kepemimpinan_bagi_anak_perempuan_dan_perempuan_muda_di_asia_tenggara.pdf](https://www.nicef.org/indonesia/media/9306/file/Mengatasi_hambatan_gender_dalam_kewirausahaan_dan_kepemimpinan_bagi_anak_perempuan_dan_perempuan_muda_di_asia_tenggara.pdf)
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana Media.
- Widiastuti T., & R. R. 2019. (2019). *Pemberdayaan Perempuan Melalui Kewirausahaan Sosial*.
- Winarso, B. (2021). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya? 8 Juni*.
- Yulianti. (2017). *Aktivitas Pemilik Akun Instagram di Kota Palu yang Mengunggah Fotodengan #Ditunggudipalu*. *Jurnal Online Kinesik, Volume 4(Nomor 1)*, 5.
- Zaimar, O. kusuma S. (2014). *Semiotika dalam Analisis Karya Sastra*. Komodo Books.

Website:

<https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduh-tiktok-terbanyak-di-dunia>

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-dunia-capai-495-miliar-pada-januari-2022>

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4860577/review-masker-organik-camille-beauty-yang-terjual-lebih-dari-700-ribu-buah-per-bulan>

<https://www.sirclo.com/blog/sifat-sifat-yang-penting-dimiliki-wirausaha-wanita/>