

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30.
- Angela, M., & Winduwati, S. (2019). Representasi kemiskinan dalam film Korea Selatan (Analisis semiotika model Saussure pada film Parasite). *Koneksi*, 3(2), 478–484.
- Aryani, Y. D., & Wasitohadi, W. (2020). Pengaruh Penerapan Model Discovery Learning Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Muatan Ipa Siswa Kelas Iv Sd Gugus Diponegoro. *JRPD (Jurnal Riset Pendidikan Dasar)*, 3(1), 34–40.
- Astuti, M. (2016). Konstruksi Sosial Media Terhadap Kekuatan Personal Branding Tri Risma Maharani dalam Proses Komunikasi Politik Kontemporer (Analisis Framing Pemberitaan Di Media Online Republika.co.id dan Tempo.com). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1).
- Barthes, R. (1968). *Elements of semiology*. Macmillan.
- Barthes, R. (1988). Semiology and urbanism. *The Semiotic Challenge*, 191–201.
- Budiman, K. (2001). *Kosa Semiotika*. LKIS Pelangi Aksara.
- Burrell, G., & Morgan, G. (2019). *Sociological paradigms and organisational analysis: Elements of the sociology of corporate life*. Routledge.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Firdaus, M. R., & Zulfiningrum, R. (2022). Representasi Citra Diri Keanu Sebagai Influencer Melalui Instagram@ keanuagl. *JURNAL HERITAGE*, 10(2), 105–114.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Fitri, R., & Amar, S. (2020). *Evaluasi Pembelajaran Sejarah*. NTB: Universitas Hamzanwadi Press.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hartono, D., & Sugalih, A. (2019). Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay's di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 3(1), 39–49.
- Hoed, B. H. (2008). *Semiotik dan Dinamika Sosial*. Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya (FIB) Universitas Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.

- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*.
- Maisya, S. R., & Putri, K. Y. S. (2021). Konstruksi Makna Postingan Instagram@ Najwa Shihab Dalam Membangun Citra Diri (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 12(01), 75–87.
- McNally, D., & Speak, K. (2010). *Be your own brand: Achieve more of what you want by being more of who you are*. Berrett-Koehler Publishers.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2002). *Be your own brand: A breakthrough formula for standing out from the crowd*. Berrett-Koehler San Francisco, CA.
- Moleong, L. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The Brand Called You: Creat a personal Brand That wins Attention and grows your Bussiness*.
- Narimawati, U. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikas*. Agung Media.
- Parengkuan, E., & Tumewu, B. (2014). *Personal Brand-Inc. Rahasia Untuk Sukses Dan Bertahan Di Karir, Gramedia, Jakarta*.
- Prawira, W., Mulyana, S., & Wirakusumah, T. K. (2012). Hubungan karakteristik brand ambassador Honda Spacy Helm-In dengan tahapan keputusan pembelian konsumen. *Pengaruh Brand Ambassador Honda Spacy Helm-In Dengan Keputusan Pembelian Konsumen*, 1(1).
- Rahardjo, M. (2017). *Studi kasus dalam penelitian kualitatif: konsep dan prosedurnya*.
- Ruslan Ramli, A. (2020). Analisis Semiotika Sampul Depan Majalah Tempo Edisi 9-15 Maret 2020. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 59–79.
- Sartini, N. W. (2007). Tinjauan teoritik tentang semiotik. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 20(1), 1–10.
- Semiring, E. L., & Purnama, H. (2020). Representasi Citra Diri BJ Habibie Pada Iklan Surat Kabar (Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Dukacita BJ Habibie Pada Surat Kabar Republika). *EProceedings of Management*, 7(2).
- Shanie, A. (2020). TENUN SONGKET TANJUNG PINANG KAJIAN SEMIOTIK Fenomenalogi: Identitas Sosial Masyarakat kampung Tanjung

- Pinang. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 17(1), 55–66.
- Shimp, T. (2004). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi*. Erlangga.
- Siregar, B. (2023). Citra Diri dan Tato: Fenomena Perempuan Bertato di Kota Metropolitan Jakarta. *Avant Garde*, 11(1), 114.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, D. A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsudin, A. (2014). Pengembangan instrumen evaluasi non tes (informal) untuk menjangkau data kualitatif perkembangan anak usia dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, 3(1).
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam riset komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Wibowo, I. S. W. (2011). *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana Media.
- Yuliyanto, W. D., & Zulfiningrum, R. (2023). Analisis Nilai Sosial dalam Iklan Gojek Edisi “Jangan Sepelekan Kekuatan Jempol” di Youtube. *Journal on Education*, 5(2), 4933–4944.
- Zakirah, D. M. A. (2017). *Mahasiswa dan instagram (study tentang instagram sebagai sarana membentuk citra diri di kalangan mahasiswa universitas Airlangga)*. Universitas Airlangga.

Website :

https://id.wikipedia.org/wiki/Joe_Taslim