

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, W. N. (2018). Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia.
<https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/pibsi40/article/view/114>
- Butar, C. R. B & Ali, D. S. F. (2018). Strategi *Personal Branding* Selebgram Non Selebriti. *PRofesi Humas*, 2(2), 86-101. Diperoleh dari <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/12029>
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (3rd ed.). Pustaka Belajar.
- Felix, A., Briyanti, D. O., Young, F. M., Livaro, I., & Wijaya, W. (2023). STRATEGI IDENTITAS DIGITAL: ANALISIS PERSONAL BRANDING DI PLATFORM TIKTOK. *Jurnal Digital Media Dan Relationship*, 5(2), 92-100. <https://doi.org/10.51977/jdigital.v5i2.1405>
- Frischmann, R. M. (2014). *Online Personal Brand: SkillSet, Aura, and Identity*. New York: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Hussain, Shahzeb & Melewar, T.C. & Priporas, Constantinos-Vasilios & Foroudi, Pantea. (2020). Examining the effects of advertising credibility on brand credibility, corporate credibility and corporate image: a qualitative approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*. ahead-of-print. 10.1108/QMR-12-2017-0175.
- Humas, (2023). 5 Karakteristik Media Sosial Menurut Mayfield. [Diakses 28 Januari 2024]. <https://humasindonesia.id/berita/5-karakteristik-media-sosial-menurut-mayfield-1640>
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). PERSONAL BRANDING DALAM KOMUNIKASI SELEBRITIS (STUDI KASUS PERSONAL BRANDING ALUMNI ABANG NONE JAKARTA DI MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM”). *Bricolage*, 4(02), 149.
<https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>

- Maspuroh, U., Een Nurhasanah, Roni Nugraha Syafroni, & Dewi Herlina Sugiarti. (2023). Persepsi Siswa terhadap Pembelajaran Keterampilan Berbicara dalam Pembentukan Personal Branding melalui Media Siniar. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 9(1), 334-348. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i1.2392>
- McNally, David., & Karl D. Speak. (2018). *Be your Own Brand: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are* 3rd Edition. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- LLDIKTI Wilayah X. (2020). Personal Branding, Karakter, dan Komunikasi Efektif. [Diakses 22 Oktober 2023]. <http://lldikti10.ristekdikti.go.id/id/personal-branding-karakter-dan-komunikasi-efektif>
- Priono, A. (2019). Tentang Pekerjaan Shoutcaster : Antara Keberanian dan Personalitas. Hybrid. <https://hybrid.co.id/post/tentang-pekerjaan-shoutcaster-antara-keberanian-dan-personalitas>
- Putri, Dinda Larisa. (2017). Strategi Online Personal branding dalam Industri Fashion (Studi Kasus pada Rissa Stelar dalam Blog “Lippielust.com. Skripsi. Bandung: Fakultas Pendidikan Ilmu Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
- Restusari, F. N. (2020). Instagram Sebagai Alat *Personal Branding* Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 175-185. Diperoleh dari <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/mediakom/article/view/2340>
- Romadhan, M. I. (2018). *Personal Branding* Jokowi dalam Mempertahankan *Brand Image* melalui Video Blog Youtube. *Journal of Communication Studies*, 3(2), 76-93. Diperoleh <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/MC/article/view/5446/4597>
- Schultz, D. E& Barnes, B. E. 1999. *Strategic Brand communication Campaigns*. Illinois: NTC Business Books.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory* (1st ed.). FTK Ar-Raniry Press. <https://repository.ar->

raniry.ac.id/id/eprint/1301/1/Full%20Buku%20MP%20Kualitatif%20%26%20Grounded%20Theory.pdf

Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed.). SAGE Publications. 10.3138/cjpe.30.1.108



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA