

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinna, K., Purnama, H., & Abdurrahman, M. S. (2017). Analisis Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram.
- Alex, BonsuOsei & Anim-Wright, Koryoe. (2024). Personal Branding: A Systematic Literature Review. *International Journal of Marketing Studies*. 16. 30-30. 10.5539/ijms.v16n1p30
- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.
- Amalia, T. W., & Satvikadewi, A. A. I. P. (2020). Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube@ Arif Muhammad). *Jurnal Representamen*, 6(01).
- Ananda, Rizki Ayu and Matondang, Muhammad Alfikri (2024) Pembentukan Personal Branding Rachel Vennya sebagai Influencer dan Entrepreneur di Media Instagram. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5 (2). pp. 1761-1771. ISSN 2723-7079
- Angelika, V., & Setyanto, Y. (2019). Media Sosial Dalam Pembentukan Personal Branding (Studi Pada Instagram Alberta Claudia). *Jurnal Prologia*, 3(1), 277.
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259-268.
- Arianto, B., & Risdwiyanto, A. (2021). Kiprah Aktor Warganet melalui Media Sosial dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus pada #HondaBeAT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i1.636>
- BeautyHaul. (2023). Berawal dari iseng, kini Monica Amadea sukses jadi influencer + brand owner! <https://www.beautyhaul.com/blog/berawal-dari-iseng-kini-monica-amadea-sukses-jadi-influencer-brand-owner>

- Brazevich, S., Margulyan, Y. A., & Brazevich, D. S. (2024). Influence of digital competencies of personnel on the development of social capital of organizations as a management resource. *Actual Problems of Economics*, 2(1), 57–66.
- Cook, J. (2025, May 7). Master the psychology of building an unforgettable personal brand. *Forbes*.
<https://www.forbes.com/sites/jodiecook/2025/05/07/master-the-psychology-of-building-an-unforgettable-personal-brand/>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- John, C., & Poth, C. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design* (5th ed.). SAGE.
- Damayanti, R. (2016). Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram. *JURNAL WIDYALOKA IKIP WIDYA DARMA*, 05(03).
<https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf>
- Databoks.Katadata.Co.Id. (2021, December 30). *Pengeluaran Traveling ke Amerika Serikat Termahal pada 2020 | Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks. Katadata*. https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/512596c2e3f7db9/pengeluaran-traveling-ke-amerika-serikat-termahal-pada-2020?utm_source
- Enterprise, J. (2021). *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. Elex Media Komputindo.
- Fernando, J. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam membentuk Personal Branding Generasi Milenial. *KOMUNIKA*, 9(1), 1–14.
<https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7892>

- Goodstats. (2023, December 10). *Destinasi wisata paling mahal untuk liburan, akomodasi capai 27 juta per malam!* GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/destinasi-wisata-paling-mahal-untuk-liburan-akomodasi-capai-27-juta-per-malam-Xq7Q0>
- Hamdani, W., Stevani, S., Siregar, A. P., Ilahi, H. N., Ramadhan, D., & Harahap, N. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram dan TikTok terhadap interaksi sosial di era Gen Z. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, 1(3), 189–193. Retrieved from <https://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/2217>
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal branding dalam komunikasi selebritis (studi kasus personal branding alumni abang none jakarta di media sosial “Instagram”). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149-162.
- Jenik, C. (2021, August 4). The world’s most valuable luxury brands. *Statista Daily Data*. <https://www.statista.com/chart/8798/most-valuable-luxury-brands-by-brand-value/>
- Julius, N. (2025, June 9). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025. Upgraded.id. <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- K Yin, R. (2023). *Studi Kasus Desain Dan Metode Robert K.Yin* (Iswadi, N. Karnati, & A. Andry, Trans.). Penerbit Adab.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Kuswijanarko, A. (2024). *Soft Skills Untuk Manajer Proyek: Kepemimpinan, Komunikasi, Dan Negosiasi*. Deepublish Digitl. <https://repository.deepublish.com/media/publications/592590-soft-skills-untuk-manajer-proyek-kepemim-2172e303.pdf>

- Liputan6.com. (2022, Juli 19). Kisah sukses Monomolly, dari Bandung hingga Bangkok. Diakses pada 13 Mei 2025, dari <https://www.liputan6.com/regional/read/5022136/kisah-sukses-monomolly-dari-bandung-hingga-bangkok>
- Liputan6.com. (2024, November 21). Tips Membangun Personal Branding yang Efektif untuk Kesuksesan Karier. liputan6.com. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5796876/tips-membangun-personal-branding-yang-efektif-untuk-kesuksesan-karier>
- Maria Daniartha, A., & Nada Shofa Alkhajar, E. (2024). Strategi Personal Branding Make Up Artist (MUA) Peduli Lingkungan Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(1). <https://jurnal.uns.ac.id/kom/article/download/90287/46091>
- Meifitri, M. (2020). Fenomena Influencer Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru di Kalangan Generasi Zoomer. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(2), 69-82.
- Pertiwi, Femilia. (Juli 2020). *Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15–30.
- Prichard, A. (2024). *The Marketable Me: A Personal Branding Exploration*.
- Raharjo, F. (2020). *The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Quadrant.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2020). Instagram sebagai alat personal branding dalam membentuk citra diri (studi pada akun bara pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176-186.
- Rezek, A. (2022). *How brands go viral: An analysis of successful brand marketing on TikTok with Gen Z* (Honors thesis, University of Mississippi). eGrove. https://egrove.olemiss.edu/hon_thesis/2645
- Shahzad, M. (2024, February 26). *Council Post: The Art of Personal Branding: Authenticity by Design*. Forbes.

<https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2024/02/26/the-art-of-personal-branding-authenticity-by-design/>

- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella melalui Instagram (studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram@ Bandungmakuta). *Jurnal komunikasi*, 8(2).
- Sundaro, H. (2022). Positivisme Dan Post Positivisme: Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan Dan Perencanaan Kota Dalam Tinjauan Filsafat Ilmu Dan Metodologi Penelitian. *Modul*, 22(1), 21-30.
- Tumakaka, N. P., Dida, S., & Prastowo, F. A. A. (2019). Personal Branding Rachel Goddard Sebagai Beauty Travel Dan Parody Vlogger. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 15(2), 76-97.
- Yulisda Lubis, B., Fazira Lubis, J., Ns Zalukhu, A. Z., Rahesya Nasution, D., Fitri Ritonga, Z., & Harahap, N. (2025). Branding Diri Di Era Digital: Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU Dalam Menciptakan Identitas Profesional. *JPM MOCCI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Sosial Sains Dan Sosial Humaniora, Koperasi, Dan Kewirausahaan*, 3(1), 47–55.
<https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v3i1.247>
- Yulisda Lubis, B., Fazira Lubis, J., Ns Zalukhu, A. Z., Rahesya Nasution, D., Fitri Ritonga, Z., & Harahap, N. (2025). Branding Diri Di Era Digital: Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU Dalam Menciptakan Identitas Profesional. *JPM MOCCI : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Sosial Sains Dan Sosial Humaniora, Koperasi, Dan Kewirausahaan*, 3(1), 47–55.
<https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v3i1.247>