

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>
- Alza. (2024, March). Biodata Hillary Brigitta Lasut, Anak Bupati Peraih Suara Terbanyak di Dapil Sulut. *PosBelitung.Com*. <https://belitung.tribunnews.com/2024/03/21/biodata-hillary-brigitta-lasut-anak-bupati-peraih-suara-terbanyak-di-dapil-sulut>
- Arruda, W. (2025). How To Craft Your Personal Brand Statement – And Why You Must. *Forbes.Com*.
- Ayu, I. G. P., & Handayani, A. (2021). *Content Marketing Strategy of DBSMB Instagram Account*. Universitas Gadjah Mada.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Dirgantara, K. R., Sjoraida, D. F., Sjaifirah, N. A., & Setianti, Y. (2024). STRATEGI PERSONAL BRANDING “LEDIA HANIFA”: KUNCI SUKSES TERPILIH EMPAT PERIODE SEBAGAI POLITISI WANITA DI DPR-RI. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8.
- Erwin, J. T. (2021). Problematika Dakwah Di Media Sosial. *Insan Cendikia Mandiri*, 1(1), 1–86.
- Firmanzah. (2018). *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik* (Ubaedy, An, & A. Wiranata (Eds.)). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karimah, F. N. (2023). ANALISIS DESKRIPTIF STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DENGAN ANALISIS DESKRIPTIF STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DENGAN PLATFORM DIGITAL (STUDI PADA PASLON GANJAR PRANOWO PLATFORM DIGITAL (STUDI PADA PASLON GANJAR PRANOWO DAN MAHFUD MD PADA PEMILU REPUBLIK INDONESIA. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 6(1), 49. <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1113&context=jsht>

- Kemp, S. (2024, February). Data Pengguna Internet di Indonesia. *Datareportal.Com*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* 13.
- Krisna, Y. A. (2019). *Strategi Online Personal Branding Politik melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Sandiaga Uno sebagai Cawapres dalam Membangun Personal Branding melalui Akun Instagram @ruangsandi)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Kriyantonto, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (Edisi Kedu). Prenada Media.
- Malik, A., & Nugroho, A. D. (2016). *Menuju Paradigma Penelitian Sosiologi yang Integratif*. <https://doi.org/10.14421/jsr.v10i2.515>
- Martinus, A. (2023, February). Berikut Kandidat Caleg DPR RI Dapil Sulawesi Utara, Ada Petahana dan Mantan Kepala Daerah. *Tribunmanado.Co.Id*. <https://manado.tribunnews.com/2023/02/26/berikut-kandidat-caleg-dpr-ri-dapil-sulawesi-utara-ada-petahana-dan-mantan-kepala-daerah?page=3>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang* (KOBIS (Ed.)).
- Parengkuan, E., & Tumewu, B. (2016). *Personal Brand-INC, Rahasia untuk sukses dan bertahan di karir*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rahman, A., Sari, N. M. W., Fitriani, Sugiarto, M., Abidin, S. Z., Irwanto, Nugroho, Priyo, A., Indriana, Ladjin, N., Haryanto, E., Amane, A. P. O., A., & Alaslan, A. (2020). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Issue 1.
- Saputra, E. Y. (2024, March 14). Caleg Muda Hillary Brigitta dan Rio Dondokambey Raih Suara Tertinggi di Dapil Sulawesi Utara. *Tempo.Com*. <https://www.tempo.co/politik/caleg-muda-hillary-brigitta-dan-rio-dondokambey-raih-suara-tertinggi-di-dapil-sulawesi-utara-77742>
- Sayidah, N. (2018). Metodologi Penelitian. *Metodologi Penelitian Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian*.
- Speak, K., & McNally, D. (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.
- Sugiyono. (2018). METODE PENELITIAN KOMBINASI. In CV ALFABETA, 372(2).
- Suhendar, J. H. (2020). *Strategi Personal Branding Dr.Tirta Melalui Media Sosial Instagram*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Sulianta, F. (2025). *Masyarakat Digital: Tren, Tantangan, dan Perubahan di Era Teknologi*.
https://books.google.co.id/books?id=nwtLEQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0
- Tamimy, F. M. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu*. Visi Media.
- Tan, C. (2018). Regulating Content on Social Media. In *Regulating Content on Social Media*. <https://doi.org/10.2307/j.ctt2250v4k>
- Tapscott, D. (2015). *The Digital Economy: rethinking promise and peril in the age of networked intelligence*. New York : McGraw-Hill.
- Use Media di Indonesia*. (2025). We Are Social. Digital 2025 - We Are Social Indonesia %0A
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. In *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Vol. 53, Issue 5). <https://doi.org/10.1177/109634809702100108>
- Yusup, A. F. (2024). *Strategi Online Personal Branding Pak Pulung sebagai Shoutcaster Gaming Influencer di Indonesia pada platform TikTok*. Universitas Multimedia Nusantara.