

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal, M. A. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Bungin, B. (2008). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan*.
- Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Haroen, D., Wiranata, A., & Ubaedy, A. (2014). *Personal branding : kunci kesuksesan anda berkiprah di dunia politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- McQuail, D. (1994). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (3 ed.). Erlangga.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Remaja Rosdakarya.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Pelangi Aksara.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif* (L. Arita, Ed.). PT. Grasindo.
- Rampersad, H. K. (2008). *Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM Publishing.
- Speak, D. M. (2011). *Be Your Own Brand*. San Francisco: Berret-Koehler Publisher, Inc.
- Storey, J. (2010). *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta.: Jalasutra.
- Sulianta, D. J. (2013). *Branding Promotion with Social Network*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. VisiMedia.

Jurnal

- Angraeni, A., Sofiwati, S., Fernando, J., & Kurnia Hidayati, R. (2022). *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial*. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09(01), 01–14. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7892>
- Fauzi, M. A., & Nuraeni, R. (2017). *Pengelolaan Kesan Mahasiswa Pengguna Ootd Style Di Instagram (Studi Dramaturgi pada Mahasiswa Pengguna Foto OOTD di akun @ootdupi)*. 3(2), 206. www.alex.com

- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). Fashion dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2).
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). The Personal Branding Phenomenon. Personal Branding Press, 235.
- Nugraha, D. E., & Rachmawati, I. (2019). Personal Branding Fan Account pada Media Sosial Twitter. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 745-751.
- Nurhasanah, Y., Salmiyah, D., & Ali, F. (2019). Strategi Model Online Personal Branding sebagai K-POP Influence dalam Instagram @natyashina. *e-proceeding of management*, 6804-6812.
- Putri. Tisa Anindita Diandra. (2016). *Fenomena Selebgram Sebagai Bentuk Personal Branding*. Universitas Prof. DR. Moestopo.
- Rianto, P., & Catur Pambudi, B. (2021). Media Sosial dan Komodifikasi Sosial Anak Muda. *KOMUNIKA*, 8(2), 122–132. <https://doi.org/10.22236/komunika.v8i1.6705>
- Shofa, S. D. (2023). *Analisis Personal Branding Ayana Moon di Instagram*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta .
- Stevani, & Widayatmoko. (2017). Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 65–73.
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *THE MESSENGER*, III(1).
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2016). Fenomena Penggunaan Foto *Outfit Of The Day* Di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman) Phenomenon Of Use Photo's Of The Day *Outfit In Instagram Self As A Media Presentation (Study of Communication In approach Dramaturgy Erving Goffman)*. *Journal Komunikatio*, 2(1).
- Wicaksono, M. A., Patricia, A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Desember*, 2(2), 74.
- Wulandari, E. (2019). *Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Politik Uin Suska Riau*. UIN Suska Riau.

Internet

- Abigail. (2020, Mei 10). *Content Creator vs Penikmat Konten*. Duta Damai Regional Yogyakarta. <https://dutadamaiyogyakarta.id/content-creator-vs-penikmat-konten/>
- Aurelia, J. (2019, Januari 3). *Saat #OOTD Membuat Anda Kian Konsumtif dan Merasa Inferior*. *tirto.id*. <https://tirto.id/saat-ootd-membuat-anda-kian-konsumtif-dan-merasa-inferior-dc7f>

Mahdi, M. Ivan. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Skripsi

Wardani. (2019). *Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau*. Skripsi. Fakultas Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

