

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Creswell, John W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta : Pustaka pelajar.
- Denzin & Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. kencana.
- Lestari, N. I., & Ramadani, M. (2024). *Personal. Branding Membangun Citra Positif dalam Persaingan Global*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon: realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya.
- Montoya, Peter. (2009). *The Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business* - Peter Montoya with Tim Vandehey.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurhayati, T. (2023). *Sukses Personal branding: Tenar Di Dunia Maya, Kaya Di Dunia Nyata (Pertama)*. Anak Hebat Indonesia.
- Parawansa, D. A. S. (2024). *Strategi branding*. PT. Mafy Media Literasi Indonesia.
- Prasetya, B. P. P. (2022). *Instagram Post Design Guide Book*. Malang: Percetakan Ma Chung Pres.
- Saleh, Sirajuddin. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan Bandung.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. (2012). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: Rosda
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Toruan, A. (2018). *Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Jurnal

Adha, S., Fahlevi, M., Rita, & Rabiah, A. S. (2020). Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)* Volume:, 1(June), 70–82.

Ahmad, S. N., Jamil, N., & Abdullah, A. (2019). Marketing Public Relations sebagai Alat Strategis dalam Komunikasi Merek: Sebuah Kerangka Konseptual. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(6), 512–521.

Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Jurnal Kinesik*, 9(2), 176-182.

Apriani, N. D., Krisnawati, N., & Fitrisari, Y. (2021). Implementasi Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode SAW Dalam Pemilihan Guru Terbaik. *Journal Automation Computer Information System*, 1(1), 37–45.

Arifin, A. Z., Muslim, F., & Setiawan, T. (2021). Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 45–55.

Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada ADA Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466-477.

Bahar, A. D. dkk. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal branding. *Manajemen Dan Bisnis*, 4(8.5.2017), 2003–2005.

Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. Pustaka Pelajar.

Febylania, A., Nursanti, S., & Lubis, F. M. (2022). Media Sosial Instagram Sebagai Tempat untuk Personal branding Seorang Selebgram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(22), 147-155.

Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi. 2.

Ismoyo, M., Fahriawan, M., & Zakia, N. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan OnlineSeller di Bandung Memilih Instagram Sebagai Media Promosi.

- Harianja, A. D. H. (2021). Marketing public relations sebagai strategi komunikasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Budaya dan Komunikasi (Jibaku)*, 2(1), 37–48.
- Kim, J., & Johnson, K. K. P. (2020). Kampanye pemasaran sosial dan hubungan konsumen-merek: Peran mediasi dari keterlibatan dan kepercayaan. *Journal of Marketing Communications*, 26(6), 570–589.
- Laksmanawati, J., & Yuniawan, A. (2021). Women and the Digitalization Strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises in the New Normal Era. *Petra International Journal of Business Studies*, 4(1), 55–64.
- Lou, C., Taylor, C. R., & Zhou, X. (2022). Influencer marketing on social media: How different social media platforms afford influencer–follower relation and drive advertising effectiveness. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 44(1), 60–87.
- Maharani, A. Z. N., & Kusuma, A. (2023). Personal Branding K-Pop Influencer@gebysrikandii di Instagram. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 45-54.
- Maharani, Lestiana, N. (2016). Aktifitas Promosi Kuliner Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Mengenai Aktifitas Promosi Kuliner Pada Akun Instagram @Kulinersolo di kota Solo Surakarta). Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Uni.
- Meilinda, R., Purwanti, S. and Arsyad, A.W. (2023) ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Menciptakan Personal branding Pada Beauty Vlogger Meyfang’.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). The personal branding phenomenon: realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah. Peter Montoya.
- Mustaqimmah, N., & Firdaus, W. (2021). Personal branding pada Akun Instagram Digital Influencer@ boycandra. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*.
- Nasrullah, R. (2017). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi (N. S. Nurbaya (Ed.); Cet-3). Simbiosis Rekatama Media.
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal branding Ria Ricis pada media sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1).
- Rath, D., Satpathy, I., & Patnaik, B. C. M. (2020). Womenpreneurs In Odisha : Challenges & Motivational Factors. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(03), 3678–3683.
- Sanida, D.S. and Prasetyawati, H. (2023) ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi’, *Inter Script [Preprint]*, (1).

Setyawan A, Pawito, Purwasito A. (2024) How significant is Instagram in shaping personal branding?. *Formosa J Soc Sci.* 3(3):639-54.

Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 16–17.

Suhaimi, S., Evadiani, Y., & Yudistiro, I. R. (2023). Instagram Sebagai New Media Untuk Membangun Personal branding. *Journal Media Public Relations*, 3(1), 53-63.

Sumarni, T., Nursanti, S., & Oxygentri, O. (2022). Intensitas Pengguna Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Generasi Z Indonesia. *Media Bina Ilmiah*, 16(10).

Susanto, R. I. (2024). Personal branding Konten Kreator@ pandawaragroup Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Audiens*, 5(2), 270-289.

Skripsi

Agesti, B. (2024). *Personal branding* Adipati Fozan Sebagai Travel Influencer Minangkabau Melalui Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Arrusdi, N. R., & Kurniadi, H. (2024). *Personal Branding* Ratu Cariissa sebagai Fashion Hijab *Influencer* di Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

