

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arifianto, S. (2016). *Implementasi metode penelitian “studi kasus” dengan pendekatan kualitatif*. Aswaja Pressindo.
- Bachtiar, A. (2022). *The magic of influencer: Bagaimana memberi nilai pada diri sendiri dan memikat orang lain (1st ed.)*. Araska.
- Creswell, J. W. (2018). *Penelitian kualitatif & desain riset*. Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu komunikasi teori dan praktik*. Remaja Rosdakarya.
- Haroen, G. (2014). *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hayati, T. N. (2023). *Sukses personal branding, tenar dunia maya, kaya di dunia nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Kencana.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2012). *Be your own brand: Resep jitu meraih personal brand yang unggul*. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The brand called you*. McGraw-Hill.
- Phillips, D., & Young, P. (2009). *Online public relations: A practical guide to developing an online strategy in the world of social media (2nd ed.)*. Kogan Page.
- Rampersad, H. K. (2008). *Authentic personal branding*. PPM Manajemen.
- Safko, L. (2012). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success (3rd ed.)*. Wiley.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode penelitian studi kasus: Konsep, teori pendekatan psikologi komunikasi, dan contoh penelitiannya*. Rajawali P.

Jurnal dan Skripsi

- Al Hadeed, A. Y. (2024). Role of public relations practices in content management. *Journal of Public Relations and Communication*. Retrieved from PubMed Central.

- Arrusdi, N. R., & Kurniadi, H. (2024). Personal branding Ratu Cariisa sebagai hijab fashion influencer di Instagram. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Komunikasi*, 6(3), 319–335. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v6i3.35256>
- Avicenna, F., & Budisuwita, T. Z. (2022). Personal branding travel blogger melalui media sosial Instagram (Analisis isi pesan pada akun @her_journeys). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i1.2>
- Dianna, A. (2023). Personal branding YouTuber Korea berbahasa Jawa melalui Instagram (Studi pada akun @hansoljang110) [Makalah non-seminar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia]. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525918>
- Rendi, F., & Ferlita. (2023). *Instagram tourism dalam menciptakan hype pada destinasi wisata Sumatera Barat (Studi kasus pada konten akun Instagram @sumbar_rancak)* [Diploma thesis, Universitas Andalas]. Repository Universitas Andalas. <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/214495>
- Hartanto. (2018). Strategi perusahaan multinasional di era globalisasi (Studi kasus glokalisasi dalam ekspansi “Indomie” ke pasar Timur Tengah dan Afrika). *Jurnal Populis*, 3(5), 681–692. <https://doi.org/10.47313/pjsh.v3i1.400>
- Herlina, N., & Lubis, E. E. (2017). Efektivitas komunikasi akun Instagram @sumbar_rancak sebagai media informasi online pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1–15.
- Iskandar, T. A., & Pudjiastuti, W. (2022). Personal branding melalui strategi impression management family-influencer Indonesia di media sosial (Analisis terhadap YouTuber Kimbab Family) [Makalah non-seminar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia]. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529136>
- Jaelani, D. (2024). Personal branding Agus Harimurti Yudhoyono melalui media sosial YouTube @AgusYudhoyono. *AL-KALAM: Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 1–28. <https://doi.org/10.35508/jikom.v13i1.9295>
- Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunnisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). Efektivitas content creator dalam strategi promosi di era digital. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, 126–133.
- Lindahl, G., & Ohlund, M. (2013). *Personal branding through imagification in social media: Identity creation and alteration through images* [Master's thesis, University of Gothenburg].
- Marpianta, D. A., & Hendriyani, H. (2019). Influence of use of social media of government: Study on social media owned by Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu DKI Jakarta. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 134–143.

- Muflih, H., Fikriyasin, C. A., Falah, M. B., Imawan, K., & Erawati, D. (2024). Influencers: The importance of personal branding on Instagram. *International Journal of Social Service and Research*, 4(10). <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i10.870>
- Mujiyanto, H., Nurhadi, Z. F., & Kharismawati, K. (2021). Instagram sebagai media pembentuk personal branding. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 154–169.
- Ningsih, H., & Umarella, F. (2020). Cyber public relations model in building a positive image of local government. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 7(12), 221–229. <https://doi.org/10.14738/assrj.712.9398>
- Nurmala, A., & Asbari, M. (2023). Overproud: Fenomena orang Indonesia lebih terobsesi dengan hal berbau asing. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(1), 289–294. <https://doi.org/10.70508/literaksi.v1i01.190>
- Nurmala, S., & Liliyana, L. (2025). Strategi glokalisasi dalam personal branding aktor global di media digital. *Journal of Communication and Cultural Studies*, 6(1), 1–15.
- Permataningtyas, T. S., & Donna, A. (2023). Personal branding YouTuber Korea berbahasa Jawa melalui Instagram (Studi pada akun @hansoljang110) [Makalah non-seminar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia]. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525918>
- Prasetyo, M. H. (2024). Dampak personal branding terhadap personal image food vlogger di YouTube berdasarkan perbedaan generasi Y dan Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 2(4), 194–206. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i4.2505>
- Pratiwi, R. D., & Ramadhani, L. C. (2025). Pandangan masyarakat pada konten komunikasi pariwisata influencer asing: Darren Jason Watkins Jr. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, 19(9), 1978–3787.
- Putri, A. R., & Hariyanto, D. (2025). Hubungan parasosial dan keterlibatan audiens terhadap influencer media sosial. *Proceedings of Social Science and Humanities*, 3, 210–218.
- Rachmat, I., & Astagini, N. (2022). Glokalisasi pada industri pertelevisian (Studi eksploratori televisi CNN Indonesia). *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1), 30–37.
- Ramadani, F. D., & Dianita, I. A. (2022). Strategi personal branding male beauty influencer @yudhistirawr di Instagram. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 171–183. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1336>
- Riccio, I., Dumont, A. S., & Wang, A. (2022). The top 100 social media influencers in neurosurgery on Twitter. *Interdisciplinary Neurosurgery*, 29, 101545. <https://doi.org/10.1016/j.inat.2022.101545>

- Roth-Cohen, O. (2022). A decade of social media in public relations research. *Public Relations Review*, 48(5), 102110. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102110>
- Rynelvo, A. A. S. (2017). Glokalisasi dalam penerapan personal branding sebagai strategi memasuki pasar musik Amerika (Studi kasus pada Brian Imanuel alias Rich Chigga) [Makalah non-seminar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia]. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468694>
- Sampoerna, R., Fadillah, M., & Utami, P. (2025). Penggunaan bahasa lokal oleh influencer dan dampaknya terhadap engagement audiens. *Jurnal Visi Sosial*, 5(1), 33–44.
- Utami, T. R., & Christin, M. (2023). Strategi personal branding comedian influencer di Indonesia. *Jurnal Interaksi*, 7(2), 146–164. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.13678>
- Vanie, A., & Filzani, N. (2024). Konsep pembentukan personal branding Peter Montoya pada akun Instagram @satriviavijie. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 3(2), 138–145.
- Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2017). Analisis personal branding di media sosial (Studi kasus personal branding Sha'an d'Athes di Instagram). *Jurnal Inovasi*, 11(1), 1–16.
- Widyaputra, A. (2025). Kredibilitas influencer dan pengaruh personal branding terhadap kepercayaan audiens. *International Journal of Innovation Publication*, 2(1), 55–66.
- Wright, D. K., & Hinson, M. D. (2014). An update examination of social and emerging media use in public relations practice: A longitudinal analysis between 2006 and 2014. *Public Relations Journal*, 1–35.
- Winata, J. N., & Alvin, S. (2022). Strategi influencer marketing dalam meningkatkan customer engagement (Studi kasus Instagram Bonvie.id). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4262–4272.
- Yuntaffiani, G., & Erlangga, C. Y. (2025). Fenomena pengguna second account di Instagram dalam aktualisasi diri pada remaja (Studi kasus fenomenologi di wilayah Jakarta Timur). *Al Mikraj: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 5(2), 964–993. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.6987>

Internet

- Instagram. (2025). *About Instagram*. <https://about.instagram.com/>