

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal branding remaja di era digital. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Afriluyanto, T. R. (2018). Fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 187-197.
- Aziz, D. R. (2019). Personal branding dalam media sosial : studi pada mahasiswa pengunjung museum macan. *Businnes and Management Studies Jurnal*, 53-67.
- Butar, C. R., & Ali, D. S. (2018). Strategi personal branding selebgram non selebriti. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 86-101.
- Chen, H. (2017). College-aged young consumers' perceptions of social media marketing: the stroy of instagram. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 39(1), 1-15.
- Creswell, J. (2015). *Penelitian kualitatif & desain riset memilih diantara lima pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Detikcom, T. (2021, oktober 09). *Detikcom*. Retrieved from detikFinace: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5760238/pandemi-bikin-tingkat-pengangguran-naik-gimana-cara-atasinya>
- Elfrida , S., & Diniati, A. (2017). Pemanfaatan media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss Internasional 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 57-71.
- Fajriati, D. S. (2020). Instagram sebagai media sosial untuk membangun personal branding di kalangan komunitas instameet indonesia di jakarta.
- Firmansyah, R., Budiwaspada, A. E., & Sachari, A. (2017). Presepsi visual elemen nilai personal brand pada media kampanye ridwan kamil. *Jurnal Sositologi*, 16(3), 288-303.

- Franzia, E. (2018). Personal branding melalui media sosial. 15-20.
- Hermana, M. I., & Listiani, E. (2017). Membangun personal branding melalui media sosial Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 3(1), 44-50.
- Kartajaya, H. (2004). *Positioning, diferensiasi, dan brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kolter, P. (2003). *Marketing management, 11 th edition*. New Jersey: Pearson Education, inc.
- Mahardini, K. N., & Pertiwi, S. P. (2021, Maret 24). *Parapuan.cp*. Retrieved from Kompas.com: <https://amp.kompas/parapuan/read/532617682/pelamar-kerja-wajib-perhatikan-5-hal-di-medsos-ini-jika-ingin-diterima>
- Mahdi, M. I. (2022, February 25). Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The brand call you: make your business stand out in a crowded marketplace (paperback)*. McGraw-Hill.
- Motoya , P. (2002). *The personal branding phenomenon*. USA: Nashville: Voughan Printing.
- Mutia, T. (2017). Generasi milenial, instagram dan dramaturgi: suatu fenomena dalam pengelolaan kesan ditinjau dari prespektif komunikasi islam. *Jurnal Pemikiran Islam*, 41(2), 240-251.
- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). 5(1), 14-26.
- Nugraheni, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif dalam pendidikan bahasa* . Surakarta: Cakra.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram sebagai personal branding dalam membentuk citra diri (studi pada akun bara pattiradjawane). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176-186.

- Rizaty, M. A. (2022, Juni 17). *katadata*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>
- Sari, M. P. (2017). Fenomena penggunaan media sosial instagram sebagai komunikasi pembelajaran agama islam oleh mahasiswa fisip universitas riau. *Jurnal Online Mahasiswa*, 4(2), 1-13.
- Sarwono, S. W. (2012). *Psikologi remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sasmito, M. (2015). Pemanfaatan media sosial "facebook" untuk media pembelajaran bahasa indonesia. *Jurnal Media Aplikom*, 4(4), 38-52.
- Sitti, U. K., Safrianto, M., & Jumaidin, L. O. (2018). Pemanfaatan instagram dalam membentuk personal branding duta bahasa sulawesi tenggara. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 3(4).
- Soraya, I. (2017). Personal branding laudya cynthia bella melalui instagram (studi diskriptif kualitatif pada akun instagram @bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30-38.
- Srihasnita, R., & Dharmasetiawan. (2018). Strategi membangun personal branding dalam meningkatkan performace diri. *Jurnal BAPPEDA*, 4(1), 19-25.
- Srihasnita, R., & Dharmasetiawan. (2018). Strategi membangun personal branding dalam meningkatkan performance diri. *Jurnal BAPPEDA*, 4(1), 19-25.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif dan pola penggunaan media sosial instagram di kalangan mahasiswa program studi pendidikan ekonomi unimed. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61-84.

Tristiawati, P. (2022, Juni 13). *Peristiwa*. Retrieved from Liputan 6:

<https://www.liputan6.com/news/read/4985637/cara-puluhan-mahasiswa-se-jabodetabek-membangun-personal-branding-di-era-40>

Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi personal branding melalui media sosial instagram. *Jurnal Scriptura*, *11*(1), 41-52.