

DAFTAR PUSTAKA

- Dewa, C., & L A Safitri. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19*.
<https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Habarnas, J. (2000). *media sosial*.
- Kristia, S. E. (n.d.). *PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS APLIKASI TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK UKM DMSEAFOOD*. <https://doi.org/27233901>
- Nigar. (2023). *No Title Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rampersad, H. K. (2009). *A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand* (p. 260). Information Age Publishing, Incorporated.
- Rampersad, H. K., Kutipan, B., & Isi, D. (2009). *Authentic Personal Branding*. Information Age Publishing, Incorporated.
- SARL, A. P. (n.d.). *Proceedings of the International Conference of Social Science and Education (ICOSSED 2021)* (S. P. Amika Wardana, Dyah Kumalasari, Nursida Arif (ed.)). Atlantis Press SARL.
- Smith, J. (2022). *TikTok Algorithms 2023* (J. Smith (ed.)).
- Y Setyanto, S. W. (n.d.). *Seminar Nasional Hasil Penerapan Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat III 2016 Pentingnya Kemampuan Personal Branding di Era Digital*.
- Albi Anggito, J. S. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
[https://www.google.co.id/search?hl=id&gbpv=1&dq=subjek+penelitian+adalah&printsec=frontcover&q=inpublisher:%22CV+Jejak+\(Jejak+Publisher\)%22&tbm=bks&sa=X&ved=2ahUKEwjPyZS_1Mz-AhXn7DgGHcP9BFMQmxMoAHoECBcQAg&sxsrf=APwXEdd-RPuudnvcPRrs7xuc6i_6-aagg:168268778](https://www.google.co.id/search?hl=id&gbpv=1&dq=subjek+penelitian+adalah&printsec=frontcover&q=inpublisher:%22CV+Jejak+(Jejak+Publisher)%22&tbm=bks&sa=X&ved=2ahUKEwjPyZS_1Mz-AhXn7DgGHcP9BFMQmxMoAHoECBcQAg&sxsrf=APwXEdd-RPuudnvcPRrs7xuc6i_6-aagg:168268778)
- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Prenada Media.
- Association, I. R. M. (Ed.). (2018). *Social Media Marketing Breakthroughs in Research and Practice*. IGI GLOBAL.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial* (Nusa (Ed.)). DIVA PRESS.
- Christeg, D. E. E. (2021). No Title. In *Strategi Personal Branding Devina Aureel melalui akun instagram @devinaaureel*. <http://repository.uhp.edu/id/eprint/15175>
- Cover, R. (2023). *Identity and Digital Communication Concepts, Theories, Practices No Title* (T. & Francis (Ed.)). Rob Cover.
- D. Bondy Valdovinos Kaye, Jing Zeng, P. W. (2022). *TikTok Creativity and Culture in Short Video*. Polity Press.
- Datareportal. (2022). *No Title*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Dinata, C., & Aulia, S. (n.d.). *Claudia Dinata, Sisca Aulia: Analisis Personal Branding Content Creator TikTok @claramonica Analisis Personal Branding Content Creator TikTok @claramonica*.
- Dr. Dg. Maklassa, S.Pd., M. M. (2023). *Manajemen Perilaku*. Nas Media Pustaka.
- Dr. Ekna Satriyati, S.S., M. H. (2021). *POLA PERUBAHAN SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT INDONESIA DI ERA PANDEMI COVID-19*. CV Literasi

- Nusantara Abadi.
- Edi, F. R. S. (2019). *Teori Wawancara*.
- Ella S. Prihatini, R. A. P. (2022). *Membangun Personal Branding Lewat Digital Presence*. Nas Media Pustaka.
- Firdaus, M. R., Zulfiningrum, R., Nuswantoro, U. D., & Semarang, K. (2020). *Representasi Citra Diri Keanu Sebagai Influencer Melalui Instagram @ keanuagl*. *Representation of Keanu 's Self-image as an Influencer Through Instagram @ keanuagl*. 10(September 2022).
- Franzia, E., Desain, P., Visual, K., Rupa, S., Desain, D., & Trisakti, U. (2018). PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL. In *Seminar Nasional Pakar ke 1 Tahun*. www.the-marketeters.com
- Ginting R, Rauf A, Manullang A, (2021). (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing* (R. Fauzi (Ed.)).
- Glenister, G. (2021). *Influencer Marketing Strategy* (K. Page (Ed.)).
- Habarnas, J. (2000). *media sosial*.
- Hossain, Muhammad I. (2021). No Title. In *Social Media Storms: Empowering Leadership Beyond Crisis Management*. Routledge, Taylor & Francis Group, Abingdon, Oxon, 2022.
- ITS, H. (2021). *Tiktok, Aplikasi yang Mengubah Dunia Sosial Media*. <https://arek.its.ac.id/hmsi/2021/09/08/tiktok-aplikasi-yang-mengubah-dunia-sosial-media/>
- Keenan, C. (2023). *Beragam Fitur Baru TikTok untuk Remaja dan Keluarga*. <https://newsroom.tiktok.com/in-id/beragam-fitur-baru-tiktok-untuk-remaja-dan-keluarga>
- Murphy, M. (2021). *Social Theory: A New Introduction*. Springer International Publishing.
- Nadeem Ali, F. T. (2022). *Content Creator : How to become Successful Creator*.
- Nigar. (2023). *No Title Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Paul Rosenfeld, R. (2013). *Impression Management in the Organization*.
- Peter Montoya, T. V. (2002). *The Personal Branding Phenomenon Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. eter Montoya Incorporated.
- Purwanto, A. (2022). *KONSEP DASAR PENELITIAN KUALITATIF: TEORI DAN CONTOH PRAKTIS*. Penerbit P4I.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*No Title. Andi Publish.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). *Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok* (Vol. 5, Issue 2).
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94–101. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>
- Rampersad, H. K. (2009). *A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand* (p. 260). Information Age Publishing, Incorporated.
- Rampersad, H. K., Kutipan, B., & Isi, D. (2009). *Authentic Personal Branding*. Information Age Publishing, Incorporated.
- Reads, A. (2020). *Personal Branding Blueprint*. Amazon Digital Services LLC - Kdp.
- Reynolds, M. (2013). *Personal Branding with Social Media*. Ebookit.com. Ebookit.com
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, 5(2), 146–148.

- <https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>
- Semiawan, P. D. C. R. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Siswiyanto, F. (n.d.). *The Master Book of Personal Branding Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Anak Hebat Indonesia.
- Smith, J. (2022). *TikTok Algorithms 2023* (J. Smith (Ed.)).
- Stokel-Walker, C. (2021). *TikTok Boom China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media*. Canbury Press.
- Sulianta, Dominikus Juju, F. (Ed.). (n.d.). *Branding Promotion with Social Network*. Elex Media Komputindo.
- Suroso, E. (2020). *No Title*. Teknologi Informasi Dan Komunikasi.
<https://vclass.unila.ac.id/course/info.php?id=3834>
- Suryana, D. (2012). No Title. In D. Suryana (Ed.), *Mengenal Teknologi* (p. 8).
- Widiarini, A. (2021). *Profil selebgram kocak Keanu Agl, awal karier hingga fakta unik*. Hops. <https://www.hops.id/hot/pr-2942118481/profil-selebgram-kocak-keanu-agl-awal-karier-hingga-fakta-unik?page=2>
- Works, R. (2019). *The Fundamentals of Personal Branding and Marketing*. Ricrand Floyd Works.
- Y Setyanto, S. W. (n.d.). *Seminar Nasional Hasil Penerapan Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat III 2016 Pentingnya Kemampuan Personal Branding di Era Digital*.
- Yosse, F. (2020). BAB I. *Media Sosial Tiktok Dan Ekspresi Kelompok Minoritas Di Indonesia.*, 1–15.
- Yumna, Y., Ishihara, U., & Oktavianti, R. (2021). *Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok* (Vol. 5, Issue 1).

