

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Buchari, A. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing (Among Five)*. Sage Publishing.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon (First)*. Chief Marketing Officer.
- Montoya, P. dan T. V. (2004). *Strategic Personal Branding*. Jaico Publishing.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative (Approache)*. Assex: Pearson Education Limited.
- Papakonstatinidis, S. (2019). "Tell me about yourself." In *Family Practice Management* (Vol. 19, Issue 4). Business Expert Press. <https://doi.org/10.1215/15314200-9576502>
- Peter Montoya, & Vandehey. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace (paperback)*. In *McGraw-Hill*.
- Rampresad, H. K. (2008). *Sukses membangun authentic personal branding / Hubert K. Rampersad ; penerjemah, Lina Susanti Wijaya*. PPM.
- Sobur, A. (2012). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing* (keenam). PT Remaja Rodakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Suryan). Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, I. S. W. (2011). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian*

dan Skripsi Komunikasi (Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Yusuf, M. (2018). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta; Kencana.

Jurnal:

Afifah, K. N. (2021). Microblog pada Instagram Sebagai Media Informasi Pengembangan Diri. In *Angewandte Chemie International Edition* (Vol. 5, Issue 1). <http://etheses.iainponorogo.ac.id/13635/>

Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi*, 5(9), 1–20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>

Akademi Komunikasi BSI Jakarta, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>

Buchari, A. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing (Among Five)*. Sage Publishing.

Diana Vida, H. (2021). *Reproduksi “New Women” Dalam Instagram Traveler Perempuan*. Universitas Gajah Mada.

Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, 1(01), 71. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i01.10>

Feny Rita Fiantika, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mounw, Jonata, Imam Mashudi, Nur hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputi, Nuryami, Lu. W. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>

Fitriyani, A. R. (2020). *THE REPRESENTATION OF MICRO-CELEBRITY IN AWKARIN ' S INSTAGRAM POSTS*.

Hamdi, M. (2020). Paradigma dan Etika Penelitian. *Universitas Terbuka*, 1–66.

- <https://www.pustaka.ut.ac.id/lib/dapu6101-metode-penelitian/>
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasna, S. (2022). Selebriti dan Fandom di Era Media Sosial: Fenomena Selebgram. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v3i1.893>
- Kamila, H., Yanto, & Sari, S. (2020). Fenomena Gaya Hidup Ala Selebgram Pada Mahasiswa di Instagram. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, Vol.7(2), 61–72.
- KURNIAWAN, V. (2022). *Personal Branding Micro-Influencer Mahasiswa Berprestasi @Abdurfatih Di Media Instagram*. 1–131.
- Latifah, U., & Imanda, A. M. (2022). Analisis Strategi Impression Management dalam Membentuk Personal Branding Selebgram melalui Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15765–15777. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/4880>
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon* (First). Chief Marketing Officer.
- Montoya, P. dan T. V. (2004). *Strategic Personal Branding*. Jaico Publishing.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative (Approache)*. Assex: Pearson Education Limited.
- Papakonstatinidis, S. (2019). “Tell me about yourself.” In *Family Practice Management* (Vol. 19, Issue 4). Business Expert Press. <https://doi.org/10.1215/15314200-9576502>
- Peter Montoya, & Vandehey. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace* (paperback). In *McGraw-Hill*.
- Purwanti Pratiwi Purbosari, Sasongko, H., Salamah, Z., & Utami, N. P. (2021). Peningkatan Kesadaran Lingkungan dan Kesehatan Masyarakat Desa Somongari melalui Edukasi Dampak Pupuk dan Pestisida Anorganik. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 131–137. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.7.2.131-137>

- Rampresad, H. K. (2008). *Sukses membangun authentic personal branding / Hubert K. Rampersad ; penerjemah, Lina Susanti Wijaya*. PPM.
- Sobur, A. (2012). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing* (keenam). PT Remaja Rodakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* ((S. Suryan). Alfabeta.
- Vida, H. D., Udasmoro, W., & Noviani, R. (2019). Instagram As the “Identity Workshop” for Female Travelers. *KnE Social Sciences*, 10, 124–135. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i20.4931>
- Wibowo, I. S. W. (2011). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (Pertama). Mitra Wacana Media.
- Yusuf, M. (2018). *Metode Penelitian: Kuantatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Kencana.

Website:

- American Marketing Asosiation. (2023). *Topic Branding*. <https://www.ama.org/topics/branding/>
- Aulia, Anandita Marwa. (2023). Profil Biodata Bunda Corla Laki-laki Atau Wanita Tulen? Intip Nama Asli, Umur, Karier, Suami Lengkap di sini, <https://mediablitar.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-326153824/profil-biodata-bunda-corla-laki-laki-atau-wanita-tulen-intip-nama-asli-umur-karier-suami-lengkap-di-sini>
- Jennings, Rebecca.(2022). You go viral overnight. Now how do you get rich?. <https://www.vox.com/the-goods/22899585/influencer-rate-calculator-pay-gap-brand-deals-sponsorships>
- Naurah, Nada. (2023). Daftar Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 2023, Facebook Juaranya, <https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q>

Tionardus, Melvina. (2022). Siapa Bunda Corla Ratu Jreng yang Viral di Media Sosial? Ini Profil dan Biodatanya,
<https://entertainment.kompas.com/read/2022/10/19/182328666/siapa-bunda-corla-ratu-jreng-yang-viral-di-media-sosial-ini-profil-dan>

