

DAFTAR PUSTAKA

- Agata, D. (2023, 02 3). (D. Agata, Editor) Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/health/read/5224464/tiktokers-ibnu-wardani-bilang-buka-taksi-di-jepang-bayar-rp14-juta-warganet-makin-ke-sini---makin-overflexing>.
- Agus Triyono, (2021). *METODOLOGI PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani Yogyakarta.
- Annur, C. M. (2023, 02 27). *katadata*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/indonesia-sabet-posisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Ardianto, D. J., & Zulfiningrum, R. (2022, Oktober). Penggunaan TikTok Sebagai *Personal branding* Benjamin Master. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5980-5989. Retrieved from <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/download/4098/2584/10160>
- Asfi Manzilati, (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: PARADIGMA, METODE, DAN APLIKASI*. Malang: UB Media.
- Bugin, B. (2011). Masyarakat Indonesia Kontemporer dalam Pusaran Komunikasi. *Jurnal ASPIKOM*, 1(2). doi: <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v1i2.12>
- Cangara, H. (2019). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Depok: Rajawali Pers.
- Emzir, (2014). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: ANALISI DATA*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Eryc, & Vera. (2023). Analysis Social Media Tiktok Effectiveness On *Personal branding* : Content Creator Batam. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 747 - 755.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana. *Paradigma*, 19(2). Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/471930-none-266aca08.pdf>

- Haroen. (2014). *Personal branding*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Herdiansyah, Haris. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Humanika
- https://www.tiktok.com/@ibnuwardani?_t=8dr0tPxTO0w&_r=1
- Indrawati. (2018). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Bandung: Refika Aditama
- Gloria, M. (2019). "Kang Pisang": *Personal branding* Putra Bungsu Jokowi. *JCOMMSCI - JOURNAL OF MEDIA AND COMMUNICATION SCIENCE*, 2(1). Retrieved from <http://repository.uki.ac.id/805/1/28-44-1-SM.pdf>
- Jabro, D., Syueb, S., Armawati, S., & Ratnasari, E. (2020). *STUDI KASUS PERSONAL BRANDING KONTEN KREATOR PADA WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1, 92-108.
- Karsadi. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kholifah, Siti. (2018). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Depok: Rajawali Pers.
- Klaus Krippendorff. (2004). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*, Terjemahan buku: *Content analysis: Introduction to its Theory and methodology* oleh Farid Wajidi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Manampiring, R. A. (2015). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado (studi pada jurusan IPA angkatan 2012). *Acta Diurna Komunikasi*, 4(4).
- Medina, Utami. (2022) *SelfBranding of Content Creator Tiktok (Studi Netnografi: Analisis Konten pada Aplikasi TikTok)*. Skripsi <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/37941/18321111.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mettasatya, A. (2018, Juni). *Personal branding* Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20-30. Retrieved from <https://files.core.ac.uk/pdf/645/201335021.pdf>.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nudin, Ihwan. (2016). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Yogyakarta: Deepublish

- Prima, Pratami, & Wahid. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK PENCEGAHAN CORONA. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.
- Prasetya, A., & Wiki, A. (2022). Penggunaan Sosial Media Tiktok Sebagai Sarana *Personal branding Skill & Videographer*. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 159-165. doi:<https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.936>.
- Raharjo, F. S. (2019). *THE MASTER BOOK OF PERSONAL BRANDING Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Rizaty, M.A. (2023). *Data Indonesia.id*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesiasentuh-212-juta-pada-2023> diakses tanggal 04 April 2023
- Sadya, S. (2023, 2 20). *DataIndonesia.Id*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023> diakses tanggal 04 April 2023
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai *Personal branding* Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe. 9(2). Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>.
- Rosdakarya.Babbie, E. (2014). *The Practice of Social Research* (Edition 14). Cengage Learning.
- Sugiyono, & Lestari. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan cara mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional*. Bandung: ALFABETA.
- Tamimy, F. (2017). *Sharing-mu, Personal branding-mu (Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. Jakarta: Visimedia.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, Jakarta: PUSAT HUBUNGAN MASYARAKAT, 2014
- Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2021). *BISNIS KREATIF DAN INOVASI*. Jakarta: Yayasan Barcode