

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Rizki Ayu, and Muhammad Alfikri Matondang. 2024. "Pembentukan *Personal branding* Rachel Vennya Sebagai *Influencer* Dan Entrepreneur Di Media Instagram." *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi* 5(2):1761–71. doi: 10.35870/jimik.v5i2.755.
- Ardiansyah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Tiktok Sebagai Media *Personal branding* Melinda Rohita. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 169–180.
- Babbie, E. (2014). *The Practice of Social Research* (14th ed.), Cengage Learning.
- Babbie, Earl. (2012). *The Basics of Social Research*, Fifth Edition. Whadsworth: Cengange Learning.
- Fitri, Ika, Surya (2015). Strategi Promosi Penjualan Produk Pada Media Sosial Instagram. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas lampung. Bandar Lampung.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding* (Kunci Kesuksesan berkiprah di Dunia Politik). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia>
- Mahendra, Bimo. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). Bandung: *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 14, No. 01.
- Maulana, Malik Alfaridzi. (2023) *Personal branding* Rizky Alatas di Media Sosial Instagram Sebagai *Influencer*. Universitas Islam Negeri syarif Hidayatullah Jakarta.
- Neuman, W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* Seventh Edition. Assex: Pearson Education Limited.
- Putri, SD, & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk *Personal branding* di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5 (2), 280–288.
- Raharjo, Farco Siswiyanto, (2019). *The Master Book Of Personal branding*. Penerbit, Quadrant, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Suhaimi, Dianti, Y. E., & Yudistrio, R. (2023). Instagram Sebagai New Media Untuk Membangun *Personal branding*. Jurnal Media Public Relations Volume 3 Nomor 1.

Smith, J. A. (2015). Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods. SAGE Publications.

Thorne, S. (2016). Interpretive Description: Qualitative Research for Applied Practice. Routledge.

Yovelin, V., & Paramita, S. (2023). Digital *Personal branding* dalam Membentuk Kredibilitas. Koneksi.

