

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Andipate, A. A. (2020). *Paradigma Baru Public relations : Teori, Strategi, dan Riset*.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*.
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreator Konten di Era Digital*.
- Fitriah, M., & Lutfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*.
- Kika, M. (2023). *Rahasia Meraih Peluang Bisnis Dengan Tiktok shop*.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
- Rofiah, C., & Rahayu, R. S. (2021). *Analisis Manual Data Kualitatif Dampak FYP Tiktok (Pada Pemasaran Digital)*.
- Semiawan, C. R. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif (jenis, karakteristik dan keunggulannya)*.
- Silviani, I. (2019). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*.
- Sugiyono, D. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Tumiwa, K. K., Abdullah, V. I., Lestari, H., & Bebasari Ardhana Outri, E. (2021). *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi COVID-19 (Jilid 2)*.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi (sebuah pendekatan kritis dan komprehensif)*.

### Skripsi

- Framesti, I. (2019). *Personal branding Kreator Konten Youtube (Analisis Deskriptif*

*Personal branding Youtuber Inimasabi Sebagai Konten Kreator Youtube Positif*).  
Skripsi di Perpustakaan Universitas Sangga Buana YPKP Bandung: tidak  
dipublikasikan.

## **Jurnal**

Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15–20. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690>

Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52.

<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>

Octavianus, A., & Oktavianti, R. (2022). Personal Branding Influencer pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada Akun @veliaveve). *Koneksi*, 6(2), 398–407.

<https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15779>

Pertiwi, F., & Irwansyah. (2020). *PERSONAL BRANDING RIA RICIS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.

<http://bppkibandung.id/index.php/jpk/article/viewFile/631/431>

Puspita, A. T. (2019). *Strategi Personal Branding Denny Santoso*.

[http://eprints.untirta.ac.id/1314/1/SKRIPSI. STRATEGI PERSONAL  
BRANDING DENNY SANTOSO - Copy.pdf](http://eprints.untirta.ac.id/1314/1/SKRIPSI_STRATEGI_PERSONAL_BRANDING_DENNY_SANTOSO_-_Copy.pdf)

Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280.

<https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>

Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*. 87(1,2), 149–200. [http://repository.uin-](http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf)

[malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf](http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf)

Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement

pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231.

<https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*. [https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara-Sari/publication/329998890\\_KOMUNIKASI\\_DAN\\_MEDIA\\_SOSIAL/links/5c2f3d83299bf12be3ab90d2/KOMUNIKASI-DAN-MEDIA-SOSIAL.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara-Sari/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL/links/5c2f3d83299bf12be3ab90d2/KOMUNIKASI-DAN-MEDIA-SOSIAL.pdf)

Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30–38.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/2654>

Susilowati. (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/ejournal/index.php/jkom>

### **Artikel**

Rsm, Butet. 2021. *Personal branding* Melalui Media Sosial. Diambil dari : <https://www.kompasiana.com/nazhifdzaky/6094092c8ede487a58421092/personal-branding-melalui-sosial-media> diakses pada tanggal (5 mei 2023 : 21.14)

Annur, Cindy Mutia. (2023). Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna *Tiktok* Terbanyak di Dunia pada Awal 2023. Diambil dari : [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/indonesia-sabet-posisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-Tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023#:~:text=Indonesia menempati peringkat kedua dengan jumlah pengguna Tiktok ,sebanyak 82%2C21 juta pengguna dan 57%2C51 juta pengguna. diakses pada tanggal \(5 Mei 2023 21.19\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/indonesia-sabet-posisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-Tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023#:~:text=Indonesia%20menempati%20peringkat%20kedua%20dengan%20jumlah%20pengguna%20Tiktok%2Csebanyak%2082%2C21%20juta%20pengguna%20dan%2057%2C51%20juta%20pengguna%20diakses%20pada%20tanggal%20(5%20Mei%202023%2021.19))

Shahnaz Fitra, Khadijah. (2023). 109 Juta Warga Indonesia Main *Tiktok* , Terbanyak

Kedua di Dunia!. Diambil dari :

<https://teknologi.bisnis.com/read/20230221/84/1630106/109-juta-warga->

[indonesia-main-Tiktok -terbanyak-kedua-di-dunia](#) diakses pada tanggal (10 mei 20.07)

Winarso, Bambang. (2021). Apa Itu *Tiktok* dan Apa Saja Fitur-fiturnya?. Diambil dari

: <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok/> diakses pada tanggal (19 Mei 23.23)

Sadya, Sarnita. (2023). APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-

2023. Diambil dari : <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna->

[internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023](#) diakses pada tanggal (22 mei 15.57)