

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. vanovich. (2003). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif* 1. 1998, 1–11.
- Agustina, R. (2021). *Analisis Personal Branding Selebgram Awkarin Di Media Sosial Instagram Terhadap Pandangan Followers Mengenai Fashion Awkarin*. *Angewandte Chemie International Edition*.
- Amalia, T. W., & Satvikadewi, A. A. I. P. (2020). *Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad)*. *Representamen*, 6(01).
<https://doi.org/10.30996/representamen.v6i01.3519>
- Ambarsari, Z. (2020). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Pada Era 4.0*. *Prosiding Seminar Nasional PBSI-III Tahun 2020*, 6(1), 81–86. <http://digilib.unimed.ac.id/41225/1/Fulltext.pdf>
- Annisa, P. (2021). *Strategi Personal Branding Alan Albana Sebagai Public Speaker Melalui Konten Ice Breaking*.
- Bachri, B. S. (2010). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*.
- Basir, A. (2017). *Konstruksionis Analisis. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- David McNally, K. D. S. (2011). *Be Your Own Brand*. Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, E. P., Pendidikan, F. I., & Indonesia, U. P. (2022). *Curricula* : 1(1), 73–86.
- Dinata, C., & Aulia, S. (2022). *Analisis Personal Branding Content Creator TikTok @claramonica*. *Kiwari*, 1(1), 156. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15672>
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreator Konten Di Era Digital (Dalibhunga (ed.))*. DIVA Press.
- Elda, F. (2018). *Personal Branding Melalui Media Sosial*, *Seminar Nasional Pakar ke 1*. 2018, 15–20.
- Indriani, E. (2017). *Sejarah dan Perkembangan Instagram*. Ilmu.Org. ilmu.org
- Juliantari, N. L., Agung, A., Astari, E., & Luh Indiani, N. (2022). *Pengaruh Content Creter Pada Aplikasi Reel Instagram Dalam Meningkatkan Inovasi Generasi Muda The Effect of Content Creator on Instagram Reel Applications in Increasing Youth Generation Innovation Universitas Mahendradatta*.
- Kharisma Putri, A. R. (2015). *Strategi Pengelolaan Media Sosial Instgram dalam*

Meningkatkan Citra. Journal of Chemical Information and Modeling.

- Kharismawati, K., Dewi, R. U., Marlina, N. C., Studi, P., Komunikasi, I., & Garut, U. (n.d.). *Instagram Sebagai Media Pembentuk Personal Branding (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Instagram Sebagai Media Pembentuk Personal Branding Selebgram Berhijab Di Kota Garut Dalam Menarik Followers)*. 1–10.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. CV Budi Utama.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenadamedia GROUP.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). *Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital*. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30.
- Munir. (2017). *Pembelajaran Digital*. Alfabeta.
[http://file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/PRODI_ILMU_KOMPUTER/196603252001121-MUNIR/BUKU/Pembelajaran Digital.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/PRODI_ILMU_KOMPUTER/196603252001121-MUNIR/BUKU/Pembelajaran%20Digital.pdf)
- Nilamsari, N. (2014). *Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif*. Joernal Moestopo.
- Prasetyo, I. (2008). *Teknik analisis data dalam research and development*.
- Pricyllia, S. (2018). *Personal Branding Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Aulion)*. Repository Upn Jakarta.
- Prihatiningsih, W. (2017). *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja*. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). *Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok*. *Koneksi*.
<https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Rachmawati, D., & Fithrah Ali, D. S. (2018). *Analisis Kriteria Personal Branding Selebgram Non Selebriti (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Lippielust)*. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 23–30.
<https://doi.org/10.21107/ilkom.v12i1.3712>
- Rachmawati, I. N. (2007). *Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif*. *Jurnal Neliti*.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*.
- Rampersad. (2008). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning A Powerful Leadership Brand*. Age Publishing Inc.
- Ridha, N. (2017). *Proses Penelitian Masalah, VARIABLE, dan Paradigma Nikmatur Ridha*. 14(1), 62–70.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*.

17(33), 81–95.

- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). *Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Untirta*. *Community : Pengawas Dinamika Sosial*. <https://doi.org/10.35308/jcpds.v6i1.1792>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). *Fenomena Content Creator di Era Digital. Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443. karyailmiah.unisba.ac.id
- Swestin, Grace Primasanti, K. B. (2011). *Public Speaking: Teori dan Praktik (Studi Literatur mengenai Public Speaking dalam Konteks Pengajaran)*. *Scientific Repository*. <https://repository.petra.ac.id/15406/>
- Syahrums, S. (2012). *Metodelogi Penelitian Kualitatif.pdf*.
- Tegar Roli. (2017). *Fenomena Remaja Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas*. *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/komunika/article/view/1365/998>
- Valiant, V. (2020). *Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri*. *Ropositori Upi*.
- Wafiroh, H., Setiawan, I., Yonanda, P., & Purnamasari, O. (2021). *Edukasi dan pelatihan public speaking*. 1–5.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). *Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)*. *Scriptura*. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>