

DAFTAR PUSTAKA

- Alif, A. (2021). *Penjara Virtual Bernama Media Sosial*. Guepedia.
- Arruda dan Dixson. (2010). *Career Distinction Stand Out By Building Your Brand (1. Auflage)*.
- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa Untuk Komunikasi Politik Dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah Pada Lima Studi Kasus Dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Basch, C. H., Yalamanchili, B., & Fera, J. (2022). #Climate Change On Tiktok: A Content Analysis Of Videos. *Journal Of Community Health*, 47(1), 163–167. <https://doi.org/10.1007/s10900-021-01031-x>
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference On Business, Social Science And Innovation Technology*, Vol 1(No 1), 565–572.
- Bungin, B. (2001). *Metode Penelitian Sosial: Format-Format Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2019). Analisis Strategi Kreatif Dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3735>
- Dewi, W. M., Ningrum, I. K., Pendidikan, F., Pengetahuan, I., Pendidikan, F., Pengetahuan, I., Pendidikan, F., Dan, M., & Pengetahuan, I. (2020). Peran Selebgram Dalam Mengembangkan Personal Branding. 1.
- Dhamayanti, S. (2022). Siniar Bts: *Behind The Story* “Proses Merintis Karier Menjadi Content Creator Sukses.” Universitas Multimedia Nusantara.
- Dzulqarnain, M. F., & Nazir, M. (2021). Dasar Editing Video Berbasis Android Untuk Kreasi Konten Media Sosial Pada Lingkungan Pelajar Sma Di Kalimantan Barat. *Jurnal Inovasi & Terapan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 41–49.
- Erwin Parengkuan Dan Becky Tumewu. (2014). *Personal Brand-Inc : Rahasia Untuk Sukses Dan Bertahan Karir*. Gramedia Pustaka Utama.
- 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>
- Fransiskus, A. D. A. (2023). Strategi Membangun Personal Branding Oza Rangkuti Melalui Konten Bahasa Abg Jaksel Di Media Tiktok (Studi Pada Akun Tiktok [http://digilib.unila.ac.id/eprint/69708%0ahttp://digilib.unila.ac.id/69708/3/Skripsi Tanpa Bab Pembahasan.pdf](http://digilib.unila.ac.id/eprint/69708%0ahttp://digilib.unila.ac.id/69708/3/Skripsi%20Tanpa%20Bab%20Pembahasan.pdf))

- H.B Sutopo. (2002). *Pengantar Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Press.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah Di Dunia Politik*. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, D. (2018). *Content Creator Dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding Dalam Media Sosial*. E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan, 1, 1–12.
- Kepios. (2023). *Tiktok Statistics And Trends*. Datareportal.Com.
- Khan, M. L. (2017). *Social Media Engagement: What Motivates User Participation And Consumption On Youtube? Computers In Human Behavior*, 66, 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Kominfo. (2014). 98 Persen Anak Dan Remaja Tahu Internet. Kominfo.Co.Id.
- Kominfo. (2020). Sekjen Kominfo: Kolaborasi Dorong Perkembangan Talenta Digital. Kominfo.Go.Id.
- Krismaji. (2015). *Pengertian Informasi 1. Sistem Informasi Akuntansi: Esensi Dan Aplikasi*, 14.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi (7th Ed.)*. Kencana Pranada Media Group.
- Kumparan. (2022). *Kapan Tiktok Rilis? Ini Informasinya*. Kumparan.com.
- Kusnandar, V. B. (2022). *Indonesia Masuk Daftar 10 Negara Pengguna Internet Terbesar Di Asia*. Databoks Katadata, 1.
- Latifah, U., & Imanda, A. M. (2022). *Analisis Strategi Impression Management Dalam Membentuk Personal Branding Selebgram Melalui Instagram*. *Jurnal Penidikan Tambusai*, 6(2), 15765–15777. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/4880>
- Lenkert, E. (2020). *What Is A Content Creator And How To Become One*, Adobe.com.
- Lorenz, T. (2018). *Tiktok Is Cringey And That's Fine*. The Atlantic.
- Luik, J. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Kencana.
- Luik, J. E. (2012). *Media Sosial Dan Presentasi Diri*. In: *Komunikasi 2.0: Teoritisasi Dan Implikasi*, 108–129.
- Mcnally, D., & Speak, K. D. (2009). *Be Your Own Brand: A Breakthrough Formula For Standing Out From The Crowd*. 1–141.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama.
- Pamungkas, R. T., & Djulaeka. (2019). *Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu Yang Diunggah Pada Aplikasi Tiktok*. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 394–423.

- Priana, R. Y. S. (2017). Pemanfaatan Vlog Sebagai Media Pembelajaran Terintegrasi Teknologi Informasi. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Fkip Untirta 2017, 313–316.
- Puspita, A. (2019). Strategi Personal Branding Denny Santoso. Jurnal Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. [https://eprints.untirta.ac.id/1314/1/Skripsi.Strategi Personal Branding Denny Santoso - Copy.Pdf](https://eprints.untirta.ac.id/1314/1/Skripsi.Strategi%20Personal%20Branding%20Denny%20Santoso%20-%20Copy.Pdf)
- Putri, D. U. (2012). Peran Media Baru Dalam Membentuk Gerakan Sosial (Studi Kasus Pada Individu Yang Terlibat Dalam Indonesia Unite Di Twitter). 88.
- Rahmat, Y. (2020). Generasi Muda Harus Kreatif Serta Mampu Melahirkan Inovasi. Infopublik.Id.
- Rampersad, H. K. (2009). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint For Building And Aligning A Powerful Leadership Brand*.
- Rofiah Dan Rahayu. (2021). Analisis Data Kualitatif Dampak Fyp Tiktok Pada Pemasaran Digital. Literasi Nusantara Abadi.
- Said, M. A. G., & Batoebara, M.U. (2022). Sindrom Pargoy Di Aplikasi TikTok. *Warta Dharmawangsa*, 16(2), 208–214. <https://doi.org/10.46576/Wdw.V16i2.1986>
- Sebastião, S. P., & Trindade, A. D. (2018). *Social Media In Political Public Relations. Social Media Marketing*, 1445–1464. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5637-4.Ch067>
- Sherman, A. (2020). *Tiktok Reveals Detailed User Numbers For The First Time*. Cnbc.Com.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Sosial: Format-Format Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Ikapi.
- Timotius, K. H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan*. Cv. Andi Offset.
- Utami, A. D. V. (2021). Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1),40–47. <https://doi.org/10.35326/Medialog.V4i1.962>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi Dan Media Sosial (*Communications And Social Media*). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/Themessenger.V3i2.270>
- Wijaya, M. H. Dwi, & Mashud, M. (2020). Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(2), 170–191. <https://doi.org/10.31538/Almada.V3i2.734>
- Winarso, B. (2021). Apa Itu Tiktok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya? Dailysocial.Id.
- Wiragil, Z. (2020) Target Jokowi, Indonesia Punya 9 Juta Talenta Digital Hingga 2035. Tempo.Co.