

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Z. (2021). Peran Editor Dalam Chanel Youtube Sunda Ariana Official. *Binadarma.Ac.Id*, 1–29.
- Aditya, S. A., & Nurfebiaraning, S. (2020). Personal Branding Reza Darmawangsa Melalui Youtube Sebagai Penyanyi Cover Korea Pop. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7525–7536.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13882/13622>
- Anas, A. T. (2017). Pengaruh Hubungan Berkelanjutan terhadap Kesetiaan Nasabah di BMT NU Cabang Pragaan Kabupaten Sumenep. *Ekonomi, Jurnal*, 4(1).
- Butar Butar, C. R., & Fithrah Ali, D. S. (2018). Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 2(2), 86. <https://doi.org/10.24198/prh.v2i2.12029>
- Fitri Ariani, L. (2020). Konstruksi Personal Branding Penulis Fiksi Di Sosial Media (Studi Kasus Penulis Fiksi Natassa Di Twitter). *Akbar Juara*, 5(1), 1–23.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206–225.
<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1299>
- Hakim, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pemain Dan Pecinta Sepak Bola). *Stp-Mataram*, 1(7).
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Hermawan, D. (2018). Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial. *E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*, 1, 1–12.

[https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content%20creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Lubis, N. R. A. (2022). Informasi Berbasis Media Sosial Pada Perpustakaan Digital. *Jurnal Pari*, 8, 53–56. <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JP/article/view/11517%0Ahttp://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JP/article/download/11517/7958>
- Muttaqin, A. D. (2021). Dampak Media Sosial Youtube Bagi perkembangan Akhlak Remaja Di Kelurahan Gunung Agung Kecamatan Langkapura RT 006 RW 00. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Nur, A. S. M. (2019). *Strategi Komunikasi Public Relation Hotel Claro dalam Mempertahankan Minat Pengunjung D’Liquid*.
- Pertiwi, W. N. B., Purbohastuti, A. W., & Nurhayati, E. (2020). Membangun Personal Branding melalui YouTube. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 61–69. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i2.1220>
- Pradana, W. W., Azainil, & Arsyad, A. W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Geprek Express Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 71–85.
- Rachman, T. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada AJB BUMIPUTERA Syariah Cabang Lembang Palembang *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>
- Rosadi, S. F. S., Yulyana, E., & Nababan, R. (2022). Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Personal Branding Dedi Mulyadi. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3), 10296–10302. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3391>

- Sari, A. H., Sugihartati, R., Wulan, N., & Hakim, L. (2019). Communication And Digitality In Anti-Vaccine Community Behavior Reconstruction Komunikasi Dan Digitalisasi Pada Rekonstruksi Perilaku Masyarakat Anti Vaksin. *Untar.Ac.Id*, 263–277.
- Syukur, M., & Salsabila, S. (2022). Influencer Impact; Solusi Produsen Dalam Mempromosikan Produk. *Jurnal Istiqro*, 8(2), 129–140.
<https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i2.1502>
- Widyastuti, S. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Bertransaksi Perspektif Masalah. *Core.Ac.Uk*. <https://core.ac.uk/download/pdf/228339755.pdf>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>
- Zakiah, K. (2022). Personal Branding Sherly Annavita Rahmi di Media Sosial Youtube. *Etheses.Uinsgd.Ac.Id*, 33(1), 1–12.