

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. K. Dan Rusmana, A. (2017). *Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan*. *Komunikasi Digital*, 6 (3), 1-5.
- Abubakar, Rifa'i, H. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. In *Antasari Press* (pertama). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/173882>
- Carr, Caleb T. dan Rebecca T. Hayes. (2015). *Social media: Defining, developing, and divining*. *Atlantic Journal of Communication*. Vol. 23, No. 1.
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Friedman, Thomas. (2005). *The World Is Flat: A Brief History Of The Twenty-First Century*.
- Faizal, Dedek. (2022). *Trend Ome TV Di Kalangan Remaja Sebagai Sarana Komunikasi Untuk Menjalin Pertemanan Asing*.
- Huotari, L., Ulkuniemi, P., Saraniemi, S., dan Malaska, M. (2015). *Analysis Of Content Creation In Social Media By B2B Companies*. *Journal Of Business and Industrial Marketing*, 30(6), 761-770.
- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Global). Edisi 15 Jilid 1. Inggris: Pearson.
- Montoya, Peter. dan Tim Vandehey. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a crowded Marketplace*. United States of Amerika: McGraw Hill.
- Montoya, Peter, dan Tim Vandehey. (2004). *Strategic Personal Branding*. Mumbai. Jaico Publishing House.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cetakan ke-36). PT. Remaja Rosdakarya.
- Miles, Matthew B. dan Huberman, A. Michael. (1984). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. In *Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods* (p. 263).
- Miles, Matthew B. dan Huberman, A. Michael. (1999). *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial*. Simbiosia Rekatama Media: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurafifah, Restusari, F., dan Farida, Nuke. (2019). *Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane)*. *Medikom: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 3, No 2.

- Raihan, Al Farisi. (2022). *Analisis Personal Branding Dalam Channel YouTube Content Creator Fiki Naki*.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu*. PT. Visimedia Pustaka.
- Septia, Kurniati, S., Valdini, D., dan Taufik, Rusfien, I. (2022). *Analisis Personal Branding Fadil Jaidi di Media Sosial (Studi Kasus Konten Instagram, TikTok, dan YouTube)*. Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi. Vol 6, No. 2. Hlm. 112-121.
- Sugiyono. (2008). *Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P.D. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2014). *Metode Penelitian Sosial (Edisi Kedua)*. Sinar Grafika Offset.
- Wahyu Amalia, T. Dan Prihandari Satvikadewi, A. (2020). *Personal Branding Content Creator Arief Muhammad (Analisis Visual Pada Akun YouTube @AriefMuhammad)*.