

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham. (2011). *Sukses Menjadi Artis dengan YouTube*. Surabaya: PT Jawa Pustaka Group
- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147-157. Diperoleh dari <https://jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/21>
- Amalia, T. W. & Satvikadevi, P. A. A. I. (2020). *Personal Branding Content Creator Arif Muhammad* (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad). *Jurnal Representamen* 6(1), 80-89. Diperoleh dari <https://core.ac.uk/download/pdf/322520568.pdf>
- Arikunto, S. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Sagung Seto.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chandra, E. (2017). YouTube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1(2), 406-417. ISSN-L 2579-6356
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2018). *Handbook of Qualitive Research*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fathoni, A. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Frischmann, R. (2014). *Online Personal Brand: Skill Set, Aura, and Identity*. CA: Create Space Independent Publishing Platform
- Goenawan, M. A. (2015, Oktober 23). Durasi Nonton YouTube di Indonesia Tumbuh 130%. Diperoleh dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3051966/durasi-nonton-YouTube-di-indonesia-tumbuh-130>
- Gulo. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Grasindo
- Hadi, S. (2001). *Metodologi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kartajaya, H. (2005). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, R. (2000). *Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana
- Kurniawan, N. & Gabriella, S. (2020). Personal Branding sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika.

Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 2(1), 27-45. Diperoleh dari E-ISSN 2686 5661

- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*, Malang: Universitas Brawijaya Press.
- McNally, D. & Speak, K. D. (2009). *Be Your Own Brand a Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd*. Oakland, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika
- Miles, B. M. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Montoya, P. & Vandehey, T. (2009). *Strategic Personal Branding*. Mumbai: Jaico Publishing House.
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi Antarbudaya (Di Era Budaya Siber)*. Jakarta: Prenada Media Group
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Prastya, D. (2021, Februari 15). YouTube Rajai Media Sosial Indonesia. Diperoleh dari <https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/153000/YouTube-rajai-media-sosial-di-indonesia>
- Rakhmat, J. (2002). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- RANS Entertainment. (2015, Desember 27). Tentang [Rans Entertainment]. Diperoleh dari <https://www.YouTube.com/c/RansEntertainment/about>
- Riyanto, A. D. (2021). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. Diperoleh dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Rose, G. (2002). *Visual Methodologies*. London: Sage Publication Ltd.
- Stevani & Widayatmoko. (2017). Kepribadian dan Komunikasi Susi Pudjiastuti dalam Membentuk *Personal Branding*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara* 9(1), 65-73. DOI: 10.24912/jk.v9i1.225

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susianto, H. (1993). *Studi Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenal Kebutuhan Anak Muda*. Jakarta: Gramedia Widarsana Indonesia
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu Personal Branding-mu*. Jakarta: Visimedia.
- User Statistics for Rans Entertainment. (n.d.). diperoleh dari <https://socialblade.com/YouTube/c/ransentertainment>
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prendamedia Grup
- Wardhani, V. (12 September, 2021). “Dikenal Playboy, Raffi Ahmad Ungkap Sifat-sifat Istri yang Membuatnya Luluh”. Diperoleh dari <https://www.merdeka.com/jatim/dikenal-playboy-raffi-ahmad-ungkap-sifat-sifat-istri-yang-membuatnya-luluh.html>
- Yonas, A. R. (2019, Oktober 29). RANS Entertainment. Diperoleh dari <https://www.tribunnewswiki.com/2019/10/29/rans-entertainment>

