DAFTAR PUSTAKA

Affiat, R. A. (2021). Perseteruan Denise dan Uya Kuya: *Trash-talking* sebagai personal digital branding. *Jurnal Komunikasi UMB*, *10*(1), 47–56. *Retrieved from* http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2468011&val=23510

Ardianto, E., & Ibrahim, R. (2004). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Basrowi, & Suwandi. (2011). *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chania, R. (2023). Personal branding Vina Muliana melalui media sosial TikTok. *Jurnal Media Sosial dan Budaya Digital*, *3*(1), 77–89.

Charenina, F., & Winduwati, T. (2023). Strategi nano-influencers kecantikan dan fashion melalui media sosial TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital*, *5*(2), 122–134.

Creswell, J. W. (2015). Penelitian kualitatif & desain riset. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Effendy, O. U. (2002). Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Farid Ardiansyah. (2023). TikTok sebagai media personal branding Melinda Rohita. *Jurnal Komunikasi Digital*, *4*(2), 51–65.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.

Hearn, A. (2008). “Meat, mask, burden”: *Probing the contours of the branded self. Journal of Consumer Culture*, *8*(2), 197–217.

Hidayat, D. N. (2019). *Media baru dan komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.

Isabella, R., Darmawan, R., & Handayani, A. (2014). *Personal branding dan media sosial: Teori dan praktik*. Bandung: Rosda Karya.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.

Judijanto, A., Nurhalimah, S., & Wijaya, R. (2024). *Digital personal branding: Strategi citra diri di era media sosial*. Jakarta: Komunika Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, *25*(1), 37–50.

McQuail, D. (2005). *McQuail’s mass communication theory* (5th ed.). London: Sage Publications.

Moleong, L. J. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon*. Nashville: Personal Branding Press.

Mulyana, D., & Solatun. (2007). Metode penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mutia, D. (2017). Manajemen impresi dan identitas diri di media sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, *6*(2), 34–45.

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial:* Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Octavianus, R., & Oktavianti, D. (2022). Strategi influencer pada media sosial TikTok (Studi kasus pada akun @veliaveve). *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, *2*(1), 11–23.

Pounders, K., Kowalczyk, C., & Stowers, K. (2016). *Insight into the motivation of social media users to engage in impression management. Journal of Interactive Marketing*, *36*, 1–14.

Schawbel, D. (2009). *Me 2.0: Build a powerful brand to achieve career success*. Kaplan Publishing.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (4th ed.). California: Sage Publications.

Yusuf, A., & Paramadina, S. (2021). Budaya Jawa dalam memperkuat personal branding di media vlog. *Jurnal Kajian Media dan Budaya*, *9*(3), 98–110.