DAFTAR PUSTAKA

Adhimurti Citra, A. (2019). *Influencer Sebagai Content Creator*. https://binus.ac.id/malang/2019/01/influencer-sebagai-content-creator/

Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tik Tok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia (PIBSI), 431–440.

Citradin, Y. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Dasar*. Mataram: Sanabil.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage: Los Angeles.

Fadhallah, R. A. (2020). *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press.

Fakih, F. I. N., Purnawan, N. L. R., & Pradipta, A. D. (2021). Pembentukan Personal Branding @jharnabhagwani sebagai Beauty Influencer melalui Tiktok. Jurnal Ilmu Komunikasi, *2*(2), 18–29.

Harianti, L. (2019). *Personal Branding* Pejabat Publik di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Harnojoyo melalui Akun Instagram Pribadi @harno.joyo). Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rahmawati, F. (2022). Vina Muliana, Kreator Tiktok yang Jadi Malaikat bagi Para Jobseeker. Kompas TV. https://www.kompas.tv/entertainment/249188/vina-muliana-kreator-tiktok-yang-jadi-malaikat-bagi-para-jobseeker?page=all

Selwen, P., Lisnisari, & Rahena, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Kemampuan Public Speaking Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Buddha Dan Isu Sosial Kontemporer, *3*(2), 63–69.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syamsul, A. (2018). Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. Bandung: Nuansa Cendekia.

Ulkuniemi, P., & Saraniemi, S. (2015). A*nalysis of Content Creation in Social*

Media by B2B. *Journal of Business & Industrial Marketing*, *30*(6), 761–770. https://doi.org/10.1108/JBIM-05-2013-0118

Utami, M. P. (2022). *Self Branding of Content Creator Tiktok* (Studi Netnografi: Analisis Konten pada Aplikasi TikTok). Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Xiena Dherby, R. (2023). Pengaruh *Influencer Professional E-Sport Players* Terhadap Niat Beli *Merchandise* Tim *E-Sports* Di Indonesia [Universitas Atma Yogyakarta]. https://e-journal.uajy.ac.id/29751/1/190324612 0.pdf