DAFTAR PUSTAKA

Afwadzi, B. (2016). Membangun Integrasi Ilmu-Ilmu. *Jurnal Living Hadis*, *1*(1), 102–128.

Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal.2022*, *2*(2), 1–6.

Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial : Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Prenada Media. https://books.google.co.id/books/about/Media_sosial.html?id=z_nJDwAAQBAJ&redir_esc=y

Atiqya, A. B., Fanani, A. I., & Irawan. (2023). Penerapan Metode Penelitian Kuantitatif Dalam Manajemen Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *9*(19), 39–45. https://doi.org/10.5281/zenodo.8378437.

Binoy, S. (2019). Significance of Hypothesis in Research. *Indian Journal of Holistic Nursing*, *10*(01), 31–33. https://doi.org/10.24321/2348.2133.201905

Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, *3*(1), 34. https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019

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

Creswell John W, C. J. D. (2018). Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. In *Writing Center Talk over Time*. https://doi.org/10.4324/9780429469237-3

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.

Etikan Ilker, Musa Sulaiman Abubakar, A. R. S. (2016). Comparison of

Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, *5*(1), 1. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2019). Get Noticed to Get Ahead: The Impact of Personal Branding on Career Success. *Frontiers in Psychology*, *10*(December). https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02662

Kriyantono Rahmat, ph. D. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif* (kedua). KENCANA. www.predanamedia.com

Lexis, L., Weaver, D., & Julien, B. L. (2023). STEM students see the value of LinkedIn as a career development tool and continue to use it in the long-term post-assignment. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability*, *14*(1), 53–70. https://doi.org/10.21153/JTLGE2023VOL14NO1ART1510

Lipsus Internet. (2019, March 7). Indonesia Digital 2019 : Media Sosial. *Websindo.Com*. https://websindo.com/category/lipsus-internet-2019/

Lola, I. (2020). *Perspektif tayangan video blogging terhadap personal branding presiden pada akun youtube presiden joko widodo di komunitas youtubers depok*.

Mardiani, I. N., Aprilia, N. I., Pratiwi, V., Qorina, I., Fatmasari, D., & Samudra, J. (2024). Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *2*(4), 1135–1141. https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i4.960

Monica, V., & Rosari, R. B. (2020). Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. *Scriptura*, *9*(2), 71–81. https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.71-81

Mustakim, R., Suwarto, F., & Marzuki, F. (2023). Perspektif Personal Branding dan Personal Skill dengan Knowledge Sharing sebagai Variabel Moderasi terhadap Efektivitas Sosial Media Linkedin di Provinsi DKI Jakarta. *JIIP* -

Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, *6*(10), 7979–7987. https://doi.org/10.54371/jiip.v6i10.3022

NapoleonCat. (2022). *Linkedin users in Indonesia December 2022*. NapoleonCat.Com. https://napoleoncat.com/stats/linkedin-users-in-indonesia/2022/12/

Nazaruddin, M. A. (2021). Etika Komunikasi Islami Di Media Sosial Dalam Perspektif Alquran Dan Perspektifnya Terhadap Keutuhan Negara. *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam*, *4*.

Nita Fitriani. (2024). *10 Juta Gen Z Nganggur, Gimana di Jawa Barat?* Jabar Digital Service. https://opendata.jabarprov.go.id/id/artikel/10-juta-gen-z-nganggur-gimana-di-jawa-barat

Oktarina yetty, abudllah yudi. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik* (Sanyoto Yahnu Wiguno (ed.)). DEEPUBLISH. https://repository.unbara.ac.id/id/eprint/2335/1/Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik.pdf

Pasaribu, R., & Rahayu, D. (2017). Perancangan Aplikasi Lowongan Kerja Berbasiskan Web Dengan Menggunakan Metode Waterfall. *Seminar Nasional Teknologi Informatika*, 978–602.

Pawar, A., Kusmiati, M., & Sundari, S. (2022). Building of Online Personal Branding. *Journal of Business and Management Inaba*, *1*(1), 1–15. https://doi.org/10.56956/jbmi.v1i1.6

Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Perspektif Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, *11*(1), 74. https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851

Rahmawati, F., & Wijaya, L. S. (2024). *Membangun Personal Branding di Linkedin : Perspektif Generasi Z dalam Pencarian Kerja*. 522–537.

Raza, A., & Naseer, M. (2021). *LinkedIn Used as Career Advancement Among Students*. 1–14.

Rifky, A., Ma, S., Kurnia, D., Putra, S., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *Efektifitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019*. *15*(2), 1–18.

Rizki Apriliyanti, Riska Aulia Noor, Fika Fibriyanita, & Adinda Fiorentina. (2024). Edukasi Membangun Personal Branding di Media Sosial Bagi Siswa OSIS SMK 2 Banjarmasin. *Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora*, *2*(1), 15–23. https://doi.org/10.20527/ekshum.v2i1.10

Salma, E. A., & Nursanti, S. (2024). *Pemanfaatan Personal Branding Linkedin Dalam Peningkatan Karier Mahasiswa*. *11*(2), 483–494.

Silmy Anjany Aulia, Dr.Ir.Syarifuddin, M. (2017). *Perspektif Knowledge Sharing Terhadap Kinerja Karyawan Di Telkom Corporate University Center*. *4*, 3008. https://core.ac.uk/download/pdf/299917978.pdf

Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, *8*(2), 30–38.

Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); ke empat). ALFABETA. cvalfabeta,com

Taher Elvina. (2017). *4 Karakteristik Millennial yang Perlu Diketahui Bagian Pemasaran*. TECHINASIA.COM. https://id.techinasia.com/4-karakteristik-millennial

Tirtayasa, A., Ciwaru, J., Cipare, R., & Serang, K. (2024). *Membangun Personal Branding dan Pengenalan Linkedin sebagai Platform Jaringan Profesional Pada Siswa-Siswi SMAN 3 Kota Cilegon*.

Wahayuni nursih isti. (2014). *Komunikasi Massa* (PERTAMA). GRAHA ILMU.

Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). *Uji persyaratan analisis*. Klik Media.

Yahya, A., Panuju, T., & Prayitno, H. (2023). *Pelatihan Persiapan Karir dengan Talents Mapping dan Linkedin*. *0904*.