

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Nurgrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Bahasa*. Solo: Cakra Books. Pusat Bahasa departemen pendidikan nasional.
- Harahap, Nursapia. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Sumatera Utara: Wal ashri Publishing
- Moleong, Lexy. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Agung Wasesa, Silih. (2018). *Personal Branding Code*. Jakarta: Noura.
- _____ (2011). *Political Branding & Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dyah Alyusi, Shiefti. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Klaus, Krippendorff. (2004). *Content Analysis*. United Kingdom: Sage Publication Ltd.
- Prasetyaningrum, S. & Ni'matuzahroh. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi Dalam Psikologi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ahyar et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Fadhallah, A.R. (2020). *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.
- Sumargo, Bagus. (2020). *Teknik Sampling*. Jakarta: UNJ Press.

Jurnal:

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi*, 5(9), 1–20. https://www.academia.edu/download/81413125/DesainPenelitianContentAnalysis_revisedJumalAhmad.pdf
- Diana, N. N. (2019). Hubungan Self Esteem Dan Self Acceptance Dengan Body Dysmorphic Disorder Pada Mahasiswi. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 8(5), 55.
- Dinata, C., & Aulia, S. (2022). Analisis Personal Branding Content Creator TikTok @claramonica. *Kiwari*, 1(1), 156. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15672>

- Firmansyah, D. D., & Wijayani, I. (2023). *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Penerapan Personal Branding Andini Shidqin Maza sebagai Beauty Influencer Palembang di Media Sosial Tiktok*. 3, 1–11. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i1.2157>
- Handayani, R. (2015). Personal Branding Pustakawan. *Pustakaloka*, 7(1), 101–110. <https://docplayer.info/73797256-Personal-branding-pustakawan-di-perpustakaan.html>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqqaddum*. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162>
- Macnamara, J. (2018). 11. Content Analysis. *Mediated Communication, September 2018*, 191–212. <https://doi.org/10.1515/9783110481129-012>
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20>
- Nabilah, A., Aulia, B., & Yuniar, D. (2021). Personal Branding through Da'wah on TikTok Social Media. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(1), 85–94. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.1.7366>
- Nadila, S., & Rajagukguk, D. L. (2022). Ajeng'S Personal Branding Was Waited As Indika Fm Radio Anniversary Through Tiktok Social Media. *Journal of Social Political Sciences*, 3(3), 322–331. <https://doi.org/10.52166/jsps.v3i3.125>
- Octavianus, A., & Oktavianti, R. (2022). Personal Branding Influencer pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada Akun @veliaveve). *Koneksi*, 6(2), 398–407. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15779>
- Prasetya Rosadi, A., & Angga Wiksana, W. (2022). Penggunaan Media Sosial Tiktok sebagai Sarana Personal Branding Skill dan Videographer. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 159–165. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.936>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Satya Anugrah, R., & Yulianti. (2022). Personal Branding Seleb Tiktok Ridho Ghabil dalam Meningkatkan Eksistensi Diri. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 82–86. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.652>

Website:

Widi, S. (2023, Februari 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. Di akses pada 1 Maret 2023, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Sadya, S. (2023, Februari 20). *Pengguna TikTok Terbesar Kedua di Dunia pada Awal 2023*. Di akses pada 1 Maret 2023, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023>

Sari, R.P. (2022, Mei 27). *Bagaimana Bisa Masuk Forbes 30 Under 30 Asia?* Di akses pada 1 Maret 2023, <https://amp.kompas.com/entertainment/read/2022/05/27/093213666/bagaimana-bisa-masuk-forbes-30-under-30-asia>

