DAFTAR PUSTAKA

Angelika, V., dan Setyanto, Y. (2019). Media Sosial Dalam Pembentukan *Personal Branding* (Studi Pada Instagram Alberta Claudia), *Prologia,* 3(1): 274-282. Dikutip dari https://www.academia.edu/

Annur, C. M. (2023, Juli 28) 10 Negara dengan Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia Pertengahan 2023. Dikutip dari https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/15a5294c304a507/10-negara-dengan-jumlah-penduduk-terbanyak-di-dunia-pertengahan-2023

Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining Validty in Qualitative Inquiry, *Theory Into Practice,* 39(3): 124-130. Dikutip dari https://people.ucsc.edu/~ktellez/Creswell_validity2000.pdf

Badan Pusat Statistik. (2024, Juni 28) Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024. Dikutip dari https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html

Berkowski, G. (2021). *How to Build a Billion Dolar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia.* Pustaka Alvabet. Dikutip dari https://books.google.co.id/books?id=1U0iEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false

Butar, C. B., dan Ali, D. S. F. (2018). Strategi *Personal Branding* Selebgram non Selebriti. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 2(2): 86-101. https://doi.org/10.24198/prh.v2i2.12029

Damiyana, D., Darlin, E., dan Hanarti, I. (2023). Merah Sukses Melalui *Personal Branding* Bagi Gen Z Di SMK Laboratorium Global Cikarang, Jurnal Abdimas PLJ, 3(2): 2798-7469. https://doi.org/10.34127/japlj.v3i2.976

Dailey, S.L., dan Martionson, M. (2024). The Process of Personal Social Media for Work: Unveiling the "Work" Behind Social Media. *Journals, sagepub.com,* 10(3): 2056-305. https://doi.org/10.1177/20563051241277313

Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Milennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center,* 17(1): 1-7. Dikutp dari http://tony-silva.com/eslefl/miscstudent/downloadpagearticles/defgenerations-pew.pdf

Darestuti, M. (2022, Juli). Sejarah Instagram Hingga Menjadi Salah Satu *Platform* Media Sosial Populer. *Buzzup. Id.* Dikutip dari https://buzzup.id/sejarah-instagram/

Franzia, E. (2018). *Personal Branding* Melalui Media Sosial, *E-Journal In Prosiding Seminar Nasional Pakar,* 1(2): 15-20. https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690

Firamadhina, F.I.R., dan Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme, *Share Social Work Journal,* 10(2): 199-208. DOI: 10.24198/share.v10i2.31443

Hayati, K., Wardani, A., Suprayitno, D., dan Hartanto, H. (2024). Edukasi Tentang Pembentukan *Personal Branding* Melalui Pemanfaatan Media Sosial Bagi Gen Z, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 7(7): 2426-2434. https://doi.org/10.31604/jpm.v7i7.2426-2434

Hasrullah, M. A. (2017). *Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi.* Prenada Media. Dikutip dari https://books.google.co.id/books?id=Hd6VDwAAQBAJ&dq=Beragam+Perspektif+Ilmu+Komunikasi&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s

Hardey, M. (2007). The City In The Age Of Web 2.0 A New Synergistic Relationship Between Place And People, *Information, Communication & Society,* 10(6): 867-884. https://doi.org/10.1080/13691180701751072

Syamsiyah, M. N. (2020, Januari). Ask the Expert: Apakah Media Sosial Berpengaruh pada Lamaran Kerja?. *Kumparan.com*. Dikutip dari https://kumparan.com/kumparanwoman/ask-the-expert-apakah-media-sosial-berpengaruh-pada-lamaran-kerja-1seDzJjG49u/full

Wardana, R. S. W. dan Bellion, B. V. (2023, September). Background Checking, Apakah Diperlukan?. *Kompas.com.* Dikutip dari https://money.kompas.com/read/2023/10/09/183000326/-background-checking-apakah-diperlukan-

Lub, V. (2015). Validity in Qualitative evaluation: Linking Puposes, paradigms, and perspective. *International journal of qualitative methods,* 14(5): DOI: 10.1177/1609406915621406

Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder:* Raja Grafindo Persada. Dikutip dari https://books.google.co.id/books?id=tUl1BgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

Nasir, A., Nurjana., Shah, K., Sirodj, R.A., dan Afgani, M.W. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif, *Journal Of Social Science Research,* 3(5): 4445-4451. https://j-innovative.org/index.php/Innovatice

Natanael, S.A., dan Rusdi, F. (2020). Studi Pemain Basket Samuel Pelmelay Dalam Membangun *Personal Branding* Rookie Of The Year Indonesian Basketball League (IBL), *Prologia, 4*(2): 251-256. Dikutip dari https://scholar.archive.org/

Pantu, E. A. Kecanduan Sosial Media Ditinjau Dari Perbedaan Gender. *In SemNasPsi (Seminar Nasional Psikologi),* 1(1): 188-196. Dikutip dari https://www.journal.uml.ac.id/PSN/article/view/44/pdf

Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana. Dikutip dari https://books.google.co.id/books?id=yrkFEQAAQBAJ&pg=PA37&hl=id&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false

Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif.* Lembaga Pendidikan Sukarno Pressiondo. Dikutip dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=637LEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=METODE+PENELITIAN+KUALITATIF&ots=x40lu1m4tB&sig=z6DXqzuV46IBeALYLEECD0Au3T4&redir_esc=y#v=onepage&q=METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF&f=false

Livingstone, S. (2017). iGen: Why today's super connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy-and completely unprepared for adulthood, *Journal of Children and Media,* 12(1): 1-5. DOI: 10.1080/17482798.2017.1417091

Panggabean, A.D. (2024, Mei). Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024. *Radio Republik Indonesia.* Dikutip dari https://www.rri.co.id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024

Rachmawati, D. (2022). Pandangan Generasi Z Mengenai *Personal Branding Online Fresh Graduates* Dalam Mencari Pekerjaan, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 21(1): 137-149. https://doi.org/10.32509/wacana.v21i1.1916

Rahmawati, F., dan Wijaya, L.S. (2024). Membangun *Personal Branding* di Linkedin: Perspektif Generasi Z dalam Pencarian Kerja. *Jurnal Penelitian*, 8(2): 522-537. https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.31791

Ratnawati, E.A. (2023, Oktober). Ternyata Ini Alasan Mengapa Gen Z Kebanyakan Postingan Medsosnya Kosong. *Kompasiana.com.* Dikutip dari https://www.kompasiana.com/ennyratnawati/653148add5af033bb608f782/ternyata-ini-alasan-mengapa-gen-z-kebanyakan-postingan-medsosnya-kosong

Tapscott, D. (2008). Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. *McGraw Hill LLC.* Dikutip dari https://www.google.co.id/books/edition/Grown_Up_Digital_How_the_Net_Generation/DWlIY1PxkyYC?hl=id&gbpv=0

Tomlin, A. D. (2024). The Handbook for Aspiring Higher Education Leaders. Information Age Publishing. Dikutip dari https://www.google.co.id/books/edition/_/wk6w0AEACAAJ?hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwign7fU6sKJAxW_4zgGHU7fJc8Qre8FegQIDxAE

Twenge, J. M. (2017). iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood--and What That Means for the Rest of Us. *Atria Books.* Dikutip dari https://www.google.co.id/books/edition/IGen/50MyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=iGen:+Why+Today's+SuperConnected+Kids+Are+Growing+Up+Less+Rebellious,+More+Tolerant+Less+Happyand+CompletelyUnprepared+for+Adulthood,&printsec=frontcover

Vitelar, A. (2019). Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for *Personal Branding*, *Journal: Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2): 257-268. https://doi.org/10.25019/MDKE/7.2.07

Vondrea, C., Riza, F. (2024). Menguraikan Pilihan Karier Generasi Z: Daya Tarik Employer Brand dan Reputasi Korporat, *Journal of Management & Business,* 7(1): 869-879. https://doi.org/10.37531/sejaman.v7i1.6495

Yusanda, A., Darmastuti, R., dan Huwae, G.N. (2021). Strategi *Personal Branding* Melalui Media Sosial Instagram, *Jurnal Scriptura*, 11(1): 41-52. https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52

Zamili, M. (2015). Menghindar Dari Bias: Praktik Triangulasi Dan Kesahihan Riset Kualitatif, *Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 9(2): 283-304. https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v9i2.97

Zain, A., dan Dwivayani, K. (2024). Penggunaan Instagram pada Generasi Z Sebagai Media Komunikasi dalam Membangun *Personal Branding Ilustrator* @Indahoei, *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi,* 5(1): 359-372. https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.478

Zulwiddi, N. (2024). Kepemimpinan Guru PAI Dalam Pengembangan Karakter Siswa Di SMP Plus Baabussalam, *jurnal pendidikan Islam,* 4(1): 11-23. https://doi.org/10.51806/an-nahdlah.v4i1.132