

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M. (2022). *Pengertian Tinjauan Pustaka Adalah: Manfaat dan Cara Membuatnya*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6238975/pengertian-tinjauan-pustaka-adalah-manfaat-dan-cara-membuatnya>
- Afrizal, M., & Karsa, S. I. (2023). Strategi Sales Promotion D'pom Coffee Café Melalui Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1), 179–182. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.5571>
- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (R. KR (ed.); AR-RUZZ ME). AR-RUZZ MEDIA.
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 9(1), 67. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1257>
- Antanasius Tefa. (2023). Analisis Pengelolaan Media Sosial Instagram dan Facebook Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Kupang Provinsi NTT. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Aprianto, N. E. K. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* /, 2(1), 1–7. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Arsyad, D., Shibhotulloh, M., Al-Banjari, H., & Djuyandi, Y. (2020). Peran Aktor Dalam Proses Pembentukan Dinasti Politik (Studi Kasus Di Kabupaten Purwakarta). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 26–48. <https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v3i1.2931>
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosia Sebagai Sarana. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 3–9.
- Cangara, H. (2023). Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi. In Yayat Sri Hayati (Ed.), *Divisi Buku Perguruan Tinggi* (Rajagrafin, p. 35). PT. RajaGrafindo Persada.

- Creswell, J. W. (2013). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. In S. Z. Qidsy (Ed.), *Metodologi Penelitian (Choosing A)*. SAGE.
- Dr. Tati Sarihati, Dra., M. S., Dr. H. M Luthfie, M. S., & Dr. Budi Kurniadi, Drs., M. S. (2019). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik* (D. Safitri (ed.); Perpustakaan). PT. RajaGrafindo Persada.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Ferra, D., Inami, L., Nurislaminingsih, R., Studi, P., Perpustakaan, S.-, Budaya, F. I., Diponegoro, U., Soedarto, J. P., & Tembalang, K. U. (2019). *ANALISIS BENTUK PERSONAL BRANDING PUSTAKAWAN MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Pustakawan di Kota Semarang* ..
- Fikriansyah, I. (2023). *Apa itu Personal Branding? ini pengertian, fungsi, dan konsepnya*. Finence.Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6841719/apa-itu-personal-branding-ini-pengertian-fungsi-dan-konsepnya>
- Guntara, I. R. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PENGENDALIAN PENDUDUK KELUARGA BERENCANA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK KABUPATEN KAMPAR MENUJU KOTA LAYAK ANAK TINGKAT UTAMA. *Public Service And Governance Journal*, 4(1), 88–100.
- Gupta, P. dan. (2024). Eight Laws of Personal Branding: A Framework for Success on Social Media". *Journal of Business Research*, 200–210, 141.
- Imawati, A. V., Solihah, A. W., & Shihab, M. (2016). Analisis Personal Branding Fashion Blogger Diana Rikasari. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 5(3), 175.
- Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai

- Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 109–118.
<https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519>
- Johnson, S. dan. (2024). The impact of Social Media on Personal Branding: A Study of influencers". *Jurnal of Marketing Research*, 123–145, 61(2).
- Karina, M. K. (2020). Analisis Personal Branding Selebgram di Sosial Media Instagram. *Jurnal Ilmiah Humas & Media Kontemporer*, 1(1), 11–24.
<http://jurnal.umb.ac.id/index.php/madia/article/view/3033>
- Khasanah, R. (2024). *Mengenal Istilah Personal Branding*. Radio Republik Indonesia. <https://www.rri.co.id/lain-lain/582219/mengenal-istilah-personal-branding>
- Kim, L. dan. (2024). Building Personal Brand Equity Through Instagram: Strategies and Outcomes". *International Journal of Advertising.*, 56–78, 43.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Kusnandar, V. B. (2022). *Indonesia Masuk Daftar 10 Negara Pengguna Internet Terbesar di Asia*. Databoks.Com.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/22/indonesia-masuk-daftar-10-negara-pengguna-internet-terbesar-di-asia>
- Kustiawan, W., Nst, N. M. B., & Al-Ghazali, R. (2022). Komunikasi Politik Era Modern. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komouter, Ekonomi, Dan Manajemen*, 2(1), 2144–2152.
- Lee, H. dan. (2024). Engagement Strategies for Personal Branding on Social Media. *Journal of Social Media Studies*, 10, 100–115.
- Lim, W. dan. (2024). Influencer Marketing and Personal Branding: A Dual Perspective. *Journal of Advertising Research*, 64(1), 45–60.

- Lopez, M. dan. (2024). The Role of Content in Personal Branding on Social Media. *Journal of Consumer Marketing*, 41(3), 250–265.
- M Chairul. (2019). Paradigma Konstruktivis. *Metodologi Penelitian*, October, 1–5. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Mentari Putri, D., Freddy Prisanto, G., Febrina Ernungtyas, N., & Anisa Putri, S. (2022). Personal branding politikus melalui media sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 195–207. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya195>
- Moleong, L. j. (2012). *Metodologi Peneltian Kualitatif* (I. Taufik (ed.)). PT. Remaja Rosdakarya. <https://doi.org/RR.PK0073-30-2012>
- Peradaban, J. K., & Fitriyani, I. N. (2023). *Komunikasi Politik Ridwan Kamil dalam Membangun Personal Branding di Media Sosial : Pendekatan Semiotik*. 1(1), 9–18.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal.Untirta.Ac.Id*, 12(2), 212–231. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rakhmayanti, I. D. (2024). *RI Raksasa Pasar HP di Asia Tenggara, Merek Ini Bayangi Juara Terlaris*. Cnbc Indonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240309202952-37-521022/ri-raksasa-pasar-hp-di-asia-tenggara-merek-ini-bayangi-juara-terlaris>
- Sundari, A. A. (2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Vidio, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya?page=4>

- Supriyanto, D. (2007). *Teknologi Informasi dan Komunikasi* (M. S. et. a. Fauziah, S.Kom. (ed.); Ghalia Ind). Yudhistira.
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). Teori , Media Dan Strategi komunikasi politik. *Jakarta Esa Unggul*, 127–135. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Books-22242-10_0073.pdf
- Tamrin, A. M., Larisu, Z., & Dilla, S. (2020). Personal Branding Politikus DPR-RI Sulawesi Tenggara pada Akun Instagram. *Convergence*, 2(2), 47–55.
- Tawaang, F. (2016). REPRESENTASI AKTOR POLITIK DALAM AGENDA MEDIA (Analisis Agenda Setting Terhadap Headline Surat kabar Ibukota). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 20(2), 227–240. [file:///C:/Users/efrai/Downloads/marudur,+NASKAH+5+-+REPRESENTASI+KEWARGANEGARAAN\(+FEMY\).pdf%0Afile:///C:/Users/efrai/Downloads/marudur,+NASKAH+7+\(REPRESENTASI+AKTOR\)+-+FELIX+TAWAANG.pdf](file:///C:/Users/efrai/Downloads/marudur,+NASKAH+5+-+REPRESENTASI+KEWARGANEGARAAN(+FEMY).pdf%0Afile:///C:/Users/efrai/Downloads/marudur,+NASKAH+7+(REPRESENTASI+AKTOR)+-+FELIX+TAWAANG.pdf)
- Tysara, L. (2023). *Pengertian Media Sosial adalah Laman Dalam Jaringan Sosial, Ini Fungsi dan Jenisnya*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5287688/pengertian-media-sosial-adalah-laman-dalam-jaringan-sosial-ini-fungsi-dan-jenis-jenisnya?page=2>
- Walker, L. dan. (2024). Personal Branding Strategies for Influencers on Instagram. *Journal of Digital Communication*, 22(2), 150–165.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>
- Zhao, C. dan. (2024). Social Media Strategies for Personal Branding Insights from Instagram. *Jurnal of Interactive Marketing*, 15–30, 57.