

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Griffin, E. (2018). *A first look at communication theory* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hroen, A. (2014). *Branding & personal branding: Strategi komunikasi untuk membangun citra diri dan citra korporat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2020). *The brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*. New York: McGraw-Hill.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Nurudin. (2003). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behavior* (10th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Shimp, T. A. (2003). *Advertising, promotion and supplemental aspects of integrated marketing communications* (6th ed.). Ohio: South-Western College Pub.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kombinasi (Mix methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Marentek, M., Supit, V., & Mandey, N. (2020). *Komunikasi pemasaran-1*.

JURNAL

- Afrilia, A. M. (2018). Personal branding remaja di era digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 23–24. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>
- Angelina, D. (2023). *Efektivitas copywriting dalam strategi endorsement di media sosial* [Skripsi, Universitas Indonesia].
- Butar, F. A., & Ali, M. M. (2018). Pengaruh personal branding selebgram terhadap minat membeli produk fashion. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 45–56.
- Chania, M. (2023). *Personal branding Vina Muliana melalui media sosial TikTok*.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu: Implementasi untuk UMKM. *Neo-Bis*, 8(2), 180–181. <https://doi.org/10.21107/NBS.V8I2.472>
- Evelina, L. W. (2023). Model komunikasi personal branding professional selegram. *Warta ISKI*, 6(1), 2. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v6i1.180>
- Hariyanto, D. (2016). Buku komunikasi pemasaran. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August).
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal branding dalam komunikasi selebritis. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(2), 149–150. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Khedher, M. (2015). A brand for everyone: Guidelines for personal brand managing. *Journal of Global Business Issues*, 9(1), 19–27.
- Maharani, S. (2022). Penggunaan fitur Instagram Reels sebagai personal branding [Skripsi, Universitas Islam Riau]. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/15296>
- Nisrina, F. (2015). Pengaruh Instagram sebagai media promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 12–20.
- Rachmawati, D., & Fithrah Ali, D. S. (2018). Analisis personal branding selebgram nonselebriti akun Instagram @lippielust. *Warta ISKI*, 1(1), 34–40. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i01.6>
- Restusari, F., & Farida, N. (2019). Instagram sebagai alat personal branding dalam membentuk citra diri (studi pada akun Bara Pattiradjawane). *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 23–34.

- Rianto, A., Mulyatno, C. B., & Antony, R. (2024). Analisis karakteristik konten katekese orang muda dalam akun Instagram @bayuedvra. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(1), 22–34. <https://doi.org/10.31604/jips.v11i1.2024.22-34>
- Sen, S., & Lerman, D. (2007). Why are you telling me this? An examination into negative consumer reviews on the web. *Journal of Interactive Marketing*, 21(4), 76–94.
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 7(17). <https://doi.org/10.7275/zyfd-2c75>
- Sukaemi, A., Yusnaini, & Kartini, K. (2023). Strategi komunikasi digital dalam promosi produk melalui endorsement selebgram. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 2(1), 25–35.
- Sumarni, D., Maulida, F., & Apriani, Y. (2022). Peran media sosial Instagram dalam personal branding beauty influencer. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 102–112.