

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahmat. (2003). *Efektivitas Implementasi*. PT Rineka Cipta.
- BPS. (2020a). *Jumlah Penduduk Hasil SP2020 menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi (Orang), 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/12/2133/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020-laki-laki-menurut-wilayah-klasifikasi-generasi.html>
- “BPS.” (2020b). *Jumlah Penduduk Hasil SP2020 Perempuan menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi (Orang), 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/12/2134/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020-perempuan-menurut-wilayah-klasifikasi-generasi.html>
- Carolin, I., Deborah Victoria, G., Dina, S., & Nastain, M. (2023). Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 35. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.509>
- Darmanah Garalka. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. Hira Tech.
- Effendy, O. U. (2000). *Dinamika komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. Oxford University Press.
- Gibson JL, I. (1996). *Organisasi, terjemahan Ir Nunuk Adiarni MM* (L. Saputra, Ed.). Binarupa Aksara.
- Heryanto, G. G. & Z. (2012). *Public Relations Politik*. Ghalia Indonesia.
- Johnson, K. M. (2017). *The importance of personal branding in social media: educating students to create and manage their personal brand*. *International journal of education and social science*, 4(1), 21-27
- Kotler, P. K. dan K. L. (2006). *Marketing Management. Pearson International Edition*. Marketing Management. Pearson International Edition.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.

- Lestari, A. I., Rahayu, N. N., & Setiawati, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Tiktok Terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo Pada Masyarakat Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 240. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.347>
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif)*.
- Montoya, Peter Inc. Personal Branding Information. 2003-2006 Peter Montoya, Inc., All Rights Reserved. http://www.petermontoya.com/mt_what_is_personal_branding/index.asp
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Putri, Y., & Amanda, D. (2023). Personal Branding Sisca Kohl Di Akun TikTok @Siscakohl. In *Jurnal Komunikasi dan Media* (Vol. 3, Issue 2).
- Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2020). *Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram*. <http://journal.unj.ac.id/>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Soetandyo. (2002). *Hukum : Paradigma, Metode, Dan Dinamika Masalahnya*. ELSAM, Dan Huma.
- Solichah, atus, Yasmine Aisyah Hasta, P., Berliansyah, D., Vega Ramos, S., Hetty Marhaeni, N., Nastain, M., & Komunikasi, I. (n.d.). *This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License Prevenire The Effect Of Social Media Instagram @Fikomm.Umby On Fulfilling The Information Needs Of Students Prevenire: Journal of Multidisciplinary Science*. <https://jurnal.institutsunandoe.ac.id/index.php/prevenire>

Sondang P. Siagian. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas kerja*. PT Rineka Cipta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wright, C. R. (1989). *Mass Communication: A Sociological Perspektif*. Random House.