

Daftar Pustaka

Jurnal :

- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). PERANAN INFLUENCER DALAM MENGGOMUNIKASIKAN PESAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM [THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Amalia., T. W., & Satvikadewi, P.(2020).*Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad)*. *Jurnal Representamen*, 6(1), 80
- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A.(2019). *Presentasi diri di sosial media (Instagram dan Facebook) Sebuah literature review*. *PSYCHOPOLYTAN, Jurnal Psikologi*, 2(2), 125
- Efrida, S., & Diniati, A.(2017).*Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 58
- Fadli, M. R.(2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 36
- Kurniawan, N., & Gabriella, S.(2020). *Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika*. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(1), 29
- Kotler, Philip., & Kevin Lane, K. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Duabelas Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mettasatya Afrilia, A. (2018). *Personal Branding Remaja di Era Digital*. In *Jurnal Komunikasi* (Vol. 11, Issue 1).
- Mahmudah S. M., & Rahayu, M.(2020). *Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan*. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 5

- Mania, S.(2008).*Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. Lentera Pendidikan, 11(2), 221*
- Nurul Nur Azizah, “Food Vlogger: Dulu Hobi, Sekarang Jadi Profesi,” Konde.co, Mei 16, 2023, <https://www.konde.co/2023/05/food-vlogger-dulu-hobi-sekarang-jadi-profesi.html/>
- Rijalo, A.(2018). *Analisis Data Kualitatif. Jurnal Alhadharah, 17(33), 83*
- Srihasnita Rc, R. (n.d.-a). *STRATEGI MEMBANGUN PERSONAL BRANDING DALAM MENINGKATKAN PERFORMANCE DIRI.*
- Srihasnita Rc, R. (n.d.-b). *STRATEGI MEMBANGUN PERSONAL BRANDING DALAM MENINGKATKAN PERFORMANCE DIRI.*
- Syahbani,M.F., & Widodo, A.(2017). *Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. Jurnal Ecodemica, 1(1), 48*
- Soewandi, A. T., & Wijanarko, R.(2021).*Personal Branding dan Diri Otentik Menurut Sartre. Jurnal Filsafat Indonesia, 4(2), 179*
- Susanti, V, Hadi, C.(2013). *Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget secara Online. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, 2(1), 3*
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Very Yovelin1, S. P. (2023). *Digital Personal Branding dalam Membentuk Kredibilitas Content Creator.*
- Wakefield, L., Wakefield, K., Keller, K. L., & Rivers, A. (2021). Are brands wasting money on sport sponsorships? A new look at brand personality, brand equity, and official sponsorship effects. *Journal of Advertising Research, 61(2), 192–211.* <https://doi.org/10.2501/JAR-2020-029>
- Widada, C. K.(2018). *Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. Jurnal of Documentation and Information Science, Vol 2 (1), 24.*
- Wulandari, A., & Widyanoro, A. O.2021. *Strategi Social Media Marketing Produk Tekstil UMKM Ikat Celup di Purworejo, Jawa Tengah, Prosiding Semnaskom, Vol 3 (1), 32.*
- E-Book :
- Montoya, Peter., & Vandehey, Tim. (2002). *The Personal Branding phenomenon : realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement*

by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah. [Peter Montoya Inc.].

Postman, N. (1993). *Technopoly*. New York: VintageBooks.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.