

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardiansyah, Adha, S., Sani, I., Reniawaty, D., Kusuma, H. W., Yulianti, E., Utama, J. W., & Yuhendra, A. (2023). *Branding (Element Pemasaran Yang Efektif)* (SEka Purnama (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Babbie, E. R. (2021). *The Practise of Social Researh*. https://books.google.com.my/books?id=IFvjDwAAQBAJ&source=gbs_navlinks_s
- Bhattacharjee, A. (2019). Interpretive research – Social Science Research: Principles, Methods and Practices (Revised edition). *Pressbooks*. <https://usq.pressbooks.pub/socialscienceresearch/chapter/chapter-12-interpretive-research/>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition* (Vol. 53, 1). In SAGE Publications, Inc.
- Daga, R. (2025). *Personal Branding : Bagaimana Mendefinisikan Diri dan Membangun Citra untuk Kehidupan yang Lebih Baik*. PT. Adab Indonesia.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March).
- Grzesiak, M. (2018). *Personal Brand Creation In The Digital Age*. Springer Nature.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2002). Be Your Own Brand: A breakthrough formula for standing out from the crowd. *Buku*, 148.
- Permana, I. P. H., & Wijaya, B. K. (2024). *Personal Branding For Gen Z : Bagaimana Mendefinisikan Diri dan Membangun Citra untuk Kehidupan yang Lebih Baik*. Eureka Media Aksara.
- Raharjo, F. S. (2019). *The Masterbook of Personal Branding*. QUADRANT.
- Rampersad, H. K. (2008). *Sukses Membang Authentic Personal Branding : Konsep Baru Membangun Personal Brand yang Kuat dan Unggul, dan Mengembangkan Company Brand dengan Pendekatan Holistik A New Blueprint for Building and Aligning A Powerful Leadership Brand* (L. S. Wijaya (ed.); Terjemahan). PPM.
- Rowles, D. (2018). *Digital Branding : A complete step-by-step guide to strategy, tactics, tools and measurement* (2nd Editio). Kogan Page Ltd.
- Rubiyanto. (2024). *Personal Branding Dalam Komunikasi Media Digital Konsep dan Model Antara Merek, Brand, dan Produk*. Rajawali Pers.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business Textbook: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons Ltd.

- Suan, S. (2021). Performing Virtual YouTubers: Acting Across Borders in the Platform Society. *Japan's Contemporary Media Culture between Local and Global. Content, Practice, and Theory*, December, 187–223. <https://doi.org/10.25969/mediarep/17150> Veröffentlichungsversion/published versionBuch/bookTheory.Heidelberg:CrossAsia-eBooks2021.DOI:<https://doi.org/10.25969/mediarep/17150>.
- Sugiana, D., Setiaman, A., Sari, D. K., Wibowo, N. A., Herwandito, S., Sjachro, D. W., Yusanto, Y., Ramadhani, E., Nuraini, I., Kodrat, D., Samudro, A., Gemiharto, I., Gobang, J. K., Karimah, K. El, Wahyudin, U., Tarifu, L., Nurfikria, I., Lusianai, W. O., Jabar, A. S., ... Hariyanti, P. (2019). *Komunikasi dalam Media Digital* (F. Junaedi & F. G. Sukmono (eds.)). Buku Litera Yogyakarta.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media, United States: Ventus Publishing*.
https://www.akdistancelearning.net/resources_files/understanding-social-media.pdf
- Wibowo, A. (2021). *Branding Digital*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wibowo, M. C. (2021). *Personal Branding*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Yin, R. K. (2009). Case Study Research: Design and Methods (4th ed.). In *Medical Journal of the Islamic Republic of Iran* (Vol. 28, Issue 1). Sage Publications.

Artikel

- Adzania, J. I., & Arianingsih, A. (2022). Dampak Menonton Vtuber Terhadap Penggemar Budaya Populer Jepang Di Bandung. *MAHADAYA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 2(2), 267–278. <https://doi.org/10.34010/mhd.v2i2.8265>
- Agustinna, K., Purnama, H., & Abdurrahman, M. S. (2017). Analisis Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram. *SCRIPTURA*, 11(1), 41–52.
- Al Ishar, M. H., & Juwita, R. (2024). Analisis Personal Branding Anya Melfissa Sebagai Vtuber Indonesia di Media Sosial. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 724–736. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.551>
- Anisa, N., & Handayani, T. (2024). Analisis Personal Branding Pada Kesuksesan Karir Content Creator TikTok. 8(2), 729–738. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.26934>
- Arafah, S., Miko, J., & Syafitri, E. (2022). Implementasi Personal Branding Dalam Meningkatkan Kredibilitas Jiwa Entrepreneurship Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 119–123. <http://ejournal.feunhasy.ac.id/dinamis>
- Davey, F. (2021). *The “Virtual YouTuber” Phenomenon in Japan*.

- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2022). Personal Branding Konten Kreator Melalui Citra Diri Mahasiswa Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @Jeromepolin). *Jurnal Media Penyiaran*, 1(2), 117–123. <https://doi.org/10.31294/jmp.v1i2.991>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2019). Get Noticed to Get Ahead: The Impact of Personal Branding on Career Success. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02662>
- Harbiyanto, A., & Bungalia, E. R. (2023). Strategi Personal Branding Mahasiswadalam Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nusa Nipa. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6(3), 944–954.
- Hariyanto, A., & Putera, A. (2022). Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari'ah). *Al-Hukmi : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah Dan Keluarga Islam*, 3(2), 301–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.35316/alhukmi.v3i2.2325>
- Mamat, R., Rashid, R. A., Pae, R., & Ahmad, N. (2022). VTubers and anime culture. *International Journal of Health Sciences*, May, 11958–11974. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns2.8231>
- Mardiani, I. N., Aprilia, N. I., Pratiwi, V., Qorina, I., Fatmasari, D., & Samudra, J. (2024). Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(4), 1135–1141. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i4.960>
- Maria, O. (2023). Analisis Personal Branding Ganjar Pranowo melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 525–536. <https://doi.org/10.54082/jupin.193>
- 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>
- Mita, T. (2022). Strategi Selebgram Dalam Membangun Personal Branding Melalui Pengelolaan Akun Instagram. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 130–140. <https://doi.org/10.24076/pikma.v4i2.594>
- Pasaribu, M., Retna Dewi, Y., & Oktaviani, W. (2024). Penggunaan Konten Youtube Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Brand Jakarta Uncensored. *Jurnal Cyber PR*, 4(1), 29–39. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Pebriany, S. A. (2020). Buana komunikasi. *Komunikasi Interpersonal Dalam Konsultasi Dokter Estetika Dengan Pasien Melalui Media Sosial Whatsapp*, 1(2), 127–136.
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15–30. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>
- Putri, M. L., Sutjipto, V. W., Sary, M. P., Firdausah, L., & Amarawati, Y. P. (2021).

- Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Informasi Penyebaran Dakwah Kepada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. *Kinesik*, 8(3), 284–296. <https://doi.org/10.22487/ejk.v8i3.204>
- Quddus, Z. A., & Zahirah, Z. (2024). The Role of New Media in the 2024 General Election Campaign. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(1), 67–76. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i01.14036>
- Ramadini, F. D. (2022). Strategi Personal Branding Male Beauty Influencer @Yudhistirawr di Instagram. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 171–183. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1336>
- Royani, S. F., & Rusdiana, J. (2023). Personal Branding Calon Legislatif Generasi Z Melalui Instagram: Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @muhammadshoma. *Avant Garde*, 11(2), 241. <https://doi.org/10.36080/ag.v11i2.2601>
- Saputra, D. I. S., & Setyawan, I. (2021). Virtual YouTuber (VTuber) sebagai Konten Media Pembelajaran Online. *Prosiding SISFOTEK*, 5(1), 14–20. <http://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/view/251>
- Sofiawati, S., Wulan, & Pratiwi, D. (2024). Konsep Diri Dalam Membentuk Personal Branding Sindy Novela (Putri Indonesia 2023 Perwakilan Kota Jambi) Penulis 1). *KOMUNIKATA57: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(1), 57–64. <https://doi.org/10.55122/kom57.v5i1.1268>
- Susanti, K., & Sriganda. (2021). Gaya Komunikasi Ferdy Tahier dan Didi Riyadi dalam Tayangan Ferdy and Didi Show pada Kanal DiTiv. *Communications*, 3(1), 58–86.
- Sutjipto, V. W., & Novanra, F. (2020). Motivasi Diri Mahaiswa Universitas Negeri Jakarta dalam Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 149–160. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.8089>