

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Fikri, M. (2018). *Sejarah Media*. UB Press.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iriantara, Y. (2011). *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Simbiosis Rekama Media
- Mani, L., & Guntoro, B. (n.d.). *Komunikasi Kebijakan Publik (2020th ed.)*. Remaja Rosdakarya.
- Morrisan. (2013). *Teori Komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Raharjo, F. S. (2019). *THE MASTER BOOK OF PERSONAL BRANDING*. Quadrant.
- Rismawaty, Surya, E. S., & P., S. J. (2020). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rekayasa Sains.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). Teori Komunikasi. In *Salemba Humanika*. Ghalia Indonesia.
- Solihat, M., Maulin, M., & Solihin, O. (2015). *Interpersonal Skill*. Rekayasa Sains.
- Sugiana, D. (2019). *Komunikasi dalam Media Digital*. Buku Litera Yogyakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Yunus, U. (2021). *Digital Branding*. Simbiosis Rekatama Media.

### Jurnal :

- Latifah, U., & Imanda, A. M. (2022). Analisis Strategi Impression Management dalam Membentuk Personal Branding Selebgram melalui Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15765–15777. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/4880>
- Ramadhan, R. U., Studi, P., Dan, K., Islam, P., Dakwah, J., Komunikasi, D. A. N., Ushuluddin, F., Dakwah, D. A. N., Islam, U., Raden, N., & Said, M. A. S. (2022). *PERSONAL BRANDING ARIF MUHAMMAD DALAM*.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>

- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30–38.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2654>
- Sya, C., Misnawati, D., Jend, J., & No, A. Y. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @ YHOOPHII \_ OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*. 14(1), 32–41.
- Utami, A. H., & Kunci, K. (2021). *ARTIKEL MEDIA BARU DAN ANAK MUDA : PERUBAHAN BENTUK MEDIA*. 11(1), 8–18.