

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dixon, Brian. 2012. *Social Media for School Leaders*. USA: Jossey-Bass.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Juju, D. dan Sulianta, F. (2010). *Branding Promotion with Social Network*. PT. Elex MEdia Komputindo: Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication, Edisi Sembilan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maryaeni. 2005. *Metode Penelitian Kebudayaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. USA: Peter Montoya Incorporated.
- Rampersad, Hubert K. (2008). *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM
- Rakhmat, J. 2018. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rismawaty, Sangra Juliano, Desayu Eka Surya. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Rekayasa Sains.
- Suyatna, Bagong. 2005. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai alternative Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media.

### Sumber Lain

Kurniullah, A. Z. (2017). Strategy viral marketing pt. musim multi media untuk meningkatkan traffic social media fansfage dan brand engagement. *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol. 14 No. 2, 169-178.

Pattipeilohy, E. M. (2015). Citra diri dan popularitas artis. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol. 3 No. 1, 22-32.

Septriadi, Dicky. 2012. “*Analisis Proses Pembentukan Personal Brand melalui Social Media (Studi Kasus Proses Pembentukan Personal Brand Chappy Hakim dan Yunarto Wijaya melalui Twitter)*”. Tesis Departemen Ilmu Komunikasi Kekhususan Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia.

Wikan, Laskita N. 2015 “*Bentuk Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Saptuari Sugiharto melalui Akun Twitter Pribadi @Saptuari)*”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

<https://www.komunikasipraktis.com/2018/09/komunikasi-visual-pengertian-prinsip-contoh.html> diakses pada 24 Maret 2019, Pukul 20.00 WIB

[https://www.google.com/search?q=logo+instagram&safe=strict&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwieptfLj9\\_hAhUd6nMBHcFHBcEQ\\_AUIDigB&biw=1366&bih=608#imgc=EDDFhinYdtSLuM](https://www.google.com/search?q=logo+instagram&safe=strict&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwieptfLj9_hAhUd6nMBHcFHBcEQ_AUIDigB&biw=1366&bih=608#imgc=EDDFhinYdtSLuM): diakses pada 20 April 2019, Pukul 22.16 WIB