

DAFTAR PUSTAKA

- Adevy, V., & Naila, F. (2024). Konsep pembentukan personal branding Peter Montoya pada akun Instagram @satriviavijie. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 3(2), 138–145. <https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidi.v3i2.1857>
- Christanisa, S. (2023). Analisa faktor-faktor dalam membangun personal branding seorang influencer. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 380–391. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.292>
- Devi, S., Masriadi, M., Deddy, M., Ainol, A., & Zahari, Z. (2025). Strategi komunikasi pemasaran Pujasera (Pusat Jajanan Serba Ada) PIM dalam menarik minat konsumen. *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 3(4), 1244–1252. <https://doi.org/10.70193/cendekia.v3i4.270>
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya* (1st ed.). Kencana.
- Fatmawati, E. (2020). Kebebasan informasi kalangan milenial dalam ber-media sosial. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, 10(2), 94–103. <https://doi.org/10.20473/jpua.v10i2.2020.94-103>
- Fransiska, V., & Paramita, S. (2020). Live shopping dalam industri komunikasi digital melalui Instagram. *Prologia*, 4(1), 111–117. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6435>
- Hakim, A., & Febriana, P. (2023). Analisis visual personal branding Sisca Kohl di Instagram. *Jurnal Nomosleca*, 9(2), 270–281. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i2.10116>
- Hasan, H., Kamaruddin, K., Eni, S., Izzah, N., & Ramadhan, S. C. (2023). Komunikasi di era digital: Analisis media konvensional vs new media pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 56–63. <https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.302>
- Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis profil dan karakteristik pengguna media sosial di Indonesia dengan metode EFA dan MCA. *Techno.Com*, 20(1), 69–81. <https://doi.org/10.33633/tc.v20i1.4289>
- Lestari, R. D. (2020). Jurnalisme digital dan etika jurnalisme media sosial (Studi pada akun Instagram @tempodotco dan @tribunjogja). *Jurnal IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 22(2), 159–174. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.22.2.2020.159-174>
- Maharani, R. I. P., & Mardiana, L. (2024). Pembentukan personal branding di media sosial TikTok (Studi pada @dilanjaninyar_2). *JIKE: Jurnal Ilmu*

Komunikasi Efek, 7(2), 157–166. <https://doi.org/10.32534/jike.v7i2.5794>

- Mujianto, H., Nurhadi, Z. F., & Kharismawati, K. (2021). Instagram sebagai media pembentuk personal branding. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 139–147. <https://doi.org/10.33884/commed.v5i2.3138>
- Mujiati, D. W., Wibawa, B., Sylvia, C., & Purnamadani, T. H. (2020). Instagram: Integrated marketing communication (IMC) sebagai strategi penjualan bagi make up artis (MUA). *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(2), 211–224. <https://doi.org/10.38043/jids.v4i2.2418>
- Mulyono, T. T. (2020). Fotografi Instagram: Studi literatur. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 1(2). <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2020.1.2.566>
- Muskita, M., & Pelamonia, M. (2025). Personal branding dalam konteks public relations: Literature review dan model konseptual. *Jurnal Badati*, 7(1), 98–123. <https://doi.org/10.38012/jb.v7i1.1538>
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(1), 18–29. <https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704>
- Rahayu, T., Marka, M. M., Septanti, A. L., & Nijwah, I. S. (2024). The role of personal branding in increasing Generation Z career success. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 673–682. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2530>
- Raihan, D. S. (2022). Analysis of Fadil Jaidi's personal branding as a content creator on Instagram and YouTube. *Jurnal Komunikasi Korporasi dan Media (JASIMA)*, 3(2), 157–171. <https://doi.org/10.30872/jasima.v3i2.1293>
- Ramadhani, A. S., & Surahmadi. (2025). Strategi personal branding Paramitha Widya Kusuma melalui akun media sosial Instagram menggunakan Eight Laws of Personal Branding Peter Montoya. *Jurnal Komunikasi Peradaban*, 3(1), 29–36. <https://journal.peradaban.ac.id/index.php/jkp/article/view/1987>
- Romadhona, M. R., & Anistyasari, Y. (2020). Studi literatur penggunaan media sosial sebagai media pembelajaran di SMK. *IT-Edu: Jurnal Information Technology and Education*, 5(2), 105–112. <https://doi.org/10.26740/it-edu.v5n2.p105-112>
- Sinurat, T. G., & Pandrianto, N. (2023). Pembentukan personal branding content creator melalui media sosial. *Koneksi*, 7(2), 280–286. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i2.21361>

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (M. Sutopo, Ed.). Alfabeta.

Taufiq, M., Masriadi, M., & Ali, M. (2021). Komunikasi pedagang pasar tradisional (Pekan) di Keude Buloh Blang Ara Kecamatan Kuta Makmur. *Jurnal Jurnalisme*, 10(1), 77–90. <https://doi.org/10.29103/JJ.V10I1.4883>