

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, S. (2023). Pengaruh konten video pendek terhadap interaksi audiens di TikTok. *Jurnal Media Digital*, 6(1), 88–99.
- Mardhiah, A., Puspasari, C., Husniati, A. M., & Arinanda. (2024). *Shaping the Future of Politics: Transforming Legislative Candidate Campaigns Through Social Media*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh*, 5(2), 36–43. <https://doi.org/10.29103/jspm.v5i2.14937>
- Cangara, H. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi* (Edisi revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Fauzan, M. (2023). Komunikasi digital dalam perkembangan media sosial generasi Z. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(1), 21–34.
- Firdaus, H. (2023). Peran autentisitas konten dalam membangun kepercayaan audiens media sosial. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 9(1), 44–56.
- Hidayat, D. (2023). Strategi komunikasi digital dalam membangun citra diri di media sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1), 45–56.
- Iskandar, R. (2024). Perilaku komunikasi pengguna TikTok dalam membangun identitas digital. *Jurnal Media Sosial Indonesia*, 7(2), 55–67.
- Hasan, K., Sambo, M., Jafaruddin, Muchlis, Arifin, A., Zahari, Z., & Amal, R. (2025). *Implementasi Budaya dan Etika Digital Kalangan Konten Kreator dan Pemuda di Gampong Lancang Garam Kota Lhokseumawe*. *Jurnal Vokasi*,
- Kurniawan, R. (2024). Pemanfaatan TikTok sebagai media komunikasi pemasaran digital di kalangan generasi Z. *Jurnal Komunikasi Modern*, 8(1), 33–44.
- Lestari, A. (2022). Media sosial dan perubahan pola komunikasi masyarakat digital. *Jurnal Sosiokomunikasi*, 6(1), 10–22.
- Nasrullah, R. (2022). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2023). Identitas digital dan praktik komunikasi pengguna media sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 15(2), 89–101.
- Nugroho, A., & Amelia, R. (2024). Personal branding content creator dalam membangun kredibilitas di TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 6(2), 101–112.
- Prasetyo, B. (2023). Strategi komunikasi interpersonal dalam media sosial digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 11(1), 55–66.
- Putra, E. (2025). Strategi personal branding kreator digital pada platform video pendek. *Jurnal Komunikasi Era Digital*, 11(1), 12–25.
- Putri, N., & Ramadhan, F. (2024). Presentasi diri generasi Z dalam penggunaan media sosial TikTok. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 9(2), 78–90.

- Rahmawati, L. (2022). Komunikasi digital dan perubahan perilaku pengguna media sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 10(1), 21–32.
- Ramadhan, A. (2024). Komunikasi persuasif dalam promosi digital media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 10(2), 70–82.
- Santoso, A. (2023). Peran kreator konten dalam membangun engagement audiens di media sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 7(2), 120–131.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday Anchor Books.
- Sari, M., & Putra, D. (2023). Strategi komunikasi influencer dalam meningkatkan engagement audiens di media sosial. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 11(2), 134–145.
- Setiawan, H. (2024). Fenomena affiliate marketing pada platform TikTok di kalangan generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 5(1), 60–72.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, R. (2023). Personal branding di era media sosial: Strategi membangun identitas digital. *Jurnal Komunikasi Humaniora*, 14(1), 90–102.
- Wahyuni, S. (2022). Media sosial sebagai ruang pembentukan identitas diri remaja. *Jurnal Sosiologi Komunikasi*, 5(2), 40–52.
- Wijaya, R., Putri, N., & Santoso, A. (2025). Peran konsistensi konten dalam pembentukan personal branding pada platform TikTok. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 9(1), 22–33.
- Yusuf, M. (2023). *Metode penelitian kualitatif dalam kajian komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zulkarnain, I. (2024). Strategi komunikasi pemasaran digital pada era media sosial. *Jurnal Komunikasi Strategis*, 8(1), 15–27.
- Amelia, S. (2023). Pengaruh konten video pendek terhadap interaksi audiens di TikTok. *Jurnal Media Digital*, 6(1), 88–99.
- Cangara, H. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi* (Edisi revisi). Rajawali Pers.
- Fauzan, M. (2023). Komunikasi digital dalam perkembangan media sosial generasi Z. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(1), 21–34.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor Books.
- Iskandar, R. (2024). Perilaku komunikasi pengguna TikTok dalam membangun identitas digital. *Jurnal Media Sosial Indonesia*, 7(2), 55–67.
- Nasrullah, R. (2022). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Putri, N., & Ramadhan, F. (2024). Presentasi diri generasi Z dalam penggunaan media sosial TikTok. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 9(2), 78–90.

- Subhani, S., Maulizar, M., Kamaruddin, K., & Muchlis. (2024). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok sebagai media promosi terhadap minat beli produk pakaian. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2).
- Cangara, H. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi* (Edisi revisi). Rajawali Pers.
- Lestari, A. (2022). Media sosial dan perubahan pola komunikasi masyarakat digital. *Jurnal Sosiokomunikasi*, 6(1), 10–22.
- Nasrullah, R. (2022). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rahmawati, L. (2022). Komunikasi digital dan perubahan perilaku pengguna media sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 10(1), 21–32.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yusuf, M. (2023). *Metode penelitian kualitatif dalam kajian komunikasi*. Deepublish.
- Cangara, H. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi* . Rajawali Pers.
- Kurniawan, R. (2023). Pemanfaatan TikTok sebagai media komunikasi pemasaran digital di kalangan generasi Z. *Jurnal Komunikasi Modern*, 8(1), 33–44.
- Nasrullah, R. (2022). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Hu, L. (2021). Self as Brand and Brand as Self: Social Media and Personal Branding. *Journal of Internet Commerce*, 20(3), 1-18.
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2021). Extending Personal Branding Affordances in Social Media. *Computers in Human Behavior*, 118, 106710.
- Wijaya, B. S., & Nasution, A. A. (2022). Social Media and Personal Branding in Digital Communication. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2095095.
- Malahayati, C., Masriadi, Puspasari, C., & Anismar. (2024). *Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai personal branding pada akun TikTok @Kingkevin_*. Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora, 2(2), 537–545.
- Safina, Z., Ali, M., Masriadi, Subhani, & Fitri, D. (2024). *Analisis gaya komunikasi penjual pada akun TikTok @Grosirshop_Stuff*. Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora, 2(4), 840–