

DAFTAR PUSTAKA

- Akifah, A. (2020). Optimalisasi Fungsi Media Sosial Dalam Pengembangan Bisnis Kuliner. *KINESIK*, 7(2), 91-102. <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i2.56>
- Andriza, B., & Marsyedi, S. (2025). Personal Branding Pramono Anung Di Instagram: 100 Hari Pertama Menjabat. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2), 366-384. <https://doi.org/10.51353/7kwgqk42>
- Efendi, Y., & Ismail, J. (2025). Optimalisasi Personal Branding Dosen dan Alumni dalam Pembentukan Brand Awareness Universitas Melalui Platform Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, 2(1), 194-210. <https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i1.201>
- Firdaus, M. H. S. (2025). *Personal Branding Ustadz Muhammad Akrom di Akun Instagram @santrikontemporer Analisis Teori Peter Montoya*. UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Franzia, E. (2018). Pengaruh Sinergi Foto Profil Media Jejaring Sosial dalam Meningkatkan Personal Branding. *Panggung*, 28(1). <https://doi.org/10.26742/panggung.v28i1.232>
- Gardiana, M. D., Rahmanto, A. N., & Satyawan, I. A. (2024). Strategi Pemanfaatan Media Sosial dalam Rangka Penguatan Reputasi Perguruan Tinggi. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2337-2334. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3672>
- Ghani, F. K., Halawa, J. P., Ariansyah, F. D., Rhaditia, I., & Rasyiddin, A. (2025). Perkembangan Media Sosial terhadap Personal Branding , Kinerja Bisnis dan Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 26634-26640.
- Hafidhah, H., Herli, M., & Arifin, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja dan Popularitas Institusi Perguruan Tinggi. *JURNAL SERAMBI ILMU*, 21(1), 1-17. <https://doi.org/10.32672/si.v21i1.1786>
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=iKBLDwAAQBAJ>
- Hostiadi, E. L., Suryawati, I. G. A. A., & Joni, I. D. A. S. (2022). Personal Branding Pada Akun Instagram @Ayumaulida97 Sebagai Puteri Indonesia 2020. *Medium*, 3(1), 1-9.
- Jefkins, F., & Yadin, D. (2003). *PUBLIC RELATIONS / FRANK JEFKINS* (5th ed.). ERLANGGA.
- Kaharmudzakir, I., & El Qudsi, M. I. (2022). Pengaruh Konten Instagram @interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 127-140. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.455>
- Lestari, R., Suciska, W., Sanjaya, F. J., Ninggar, E. H., & Setyowati, P. (2025). Peningkatan daya saing siswa SMK melalui pelatihan personal branding di era digital. *Jurnal Mitrawarga*, 4(2), 36-46.

- Mardiana, M., Rahman, M. W., Norkhalifah, N., Rofif, M. N., Norwahyuliadi, D., & Ningsih, N. S. (2024). Peran Kehumasan Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari dalam Membangun Personal Branding Melalui Instagram @Uniska_Mab. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(1), 384-401. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i1.14773>
- Mayfield, A. (2008). *What is social media?* iCrossing. https://crmexchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- Meifilina, A. (2022). Pelatihan Personal Branding Dalam Membangun Citra Diri. *Science Contribution to Society Journal*, 2(1), 32-48. <https://doi.org/10.35457/scs.v2i1.2410>
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya Incorporated. <https://books.google.co.id/books?id=ZIt0rdXb7y0C>
- Muharromah, I. A., & Yunita, Y. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Upaya Meningkatkan Personal Branding. *Wistara: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 4(1), 96-101. <https://doi.org/10.23969/wistara.v4i1.10247>
- Nanda, R. A. (2024). *Analisis Personal Branding pejabat Publik di Media Sosial (Studi pada Akun Instagram Pribadi Rektor Universitas Malikussaleh @herman_fithra)*. Universitas Malikussaleh.
- Nasrullah, R. (2016). *Media sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurjaman, T., & Herlina, R. (2021). Personal Branding Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 8(1 SE-Articles). <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1545>
- 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>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713-2724.
- Rahman, F. D. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media komunikasi Internasional (Studi Kasus Forum G20 di Indonesia). *The Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 54-60.
- Riyandhi. (2022). *Dilantik Kembali sebagai Rektor, Ini Pesan Prof Herman Fithra*. <https://unimal.ac.id/layanan/berita/berita-universitas/dilantik-kembali-sebagai-rektor-ini-pesan-prof-herman-fithra>
- Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 4(1 SE-Artikel). <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v4i1.85>

- Sugiyono, M. R. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif. Cocok Untuk: 1. Mahasiswa SI, S2, S3. 2. Dosen dan peneliti Ed. 3 Cet. 2 Thn. 2018.* Alfabeta, Cv.
- Syahid, A., Ikrimah, Khairunnisa, Luciana, Nadia, Aulia, P., Sasabila, R. S. N., Apriana, R., Rahim, U., & Zummyati. (2024). Manfaat Penggunaan Media Sosial Untuk Pendidikan Sebagai Sarana Pembelajaran dan Bebaga Pengetahuan. *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(5), 289-293.
- Tosno, N. S. H., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Corporate Public Relations In Maintaining The Image Of Telkom's Indihome Products In Witel Makassar. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 3(1), 189-204. <https://doi.org/10.33096/respon.v3i1.111>
- Utami, A., Deddy Satria M, Cut Andyna, Zahari, & Masriadi. (2025). Strategi Komunikasi Pustakawan Dalam Meningkatkan Literasi Membaca Di Perpustakaan Umum Kota Lhokseumawe. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(6), 10310-10325. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i6.12892>
- Wikansari, D., & Setyanto, Y. (2023). Humas dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram. *Kiwari*, 2(2), 243-250. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.24006>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41-52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>