

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2022). *Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Kelas IX Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMPN 54 Palembang*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.
- Akbar, at al. (2024). Peran Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Kalangan Milenial dan Gen Z. *Journal Media Public Relations*, 4 No 1 Tah(1), 52–57.
- Amalia, D. (2025). *Personal Branding Anies Baswedan Melalui Media Sosial Twitter (X) 2024*. RAMA.UNIMAL.
- Ananda, R. A., & Matondang, M. A. (2024). Pembentukan *Personal Branding* Rachel Vennya sebagai Influencer dan Entrepreneur di Media Instagram. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 1761–1771. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.755>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Ardianto, D. J., & Zulfiningrum, R. (2022). Penggunaan TikTok Sebagai *Personal Branding* Benjamin Master Adhisurya (iben\_ma). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5980–5989.
- Ardianysah, F., Satria, D., Arifin, A., Anismar, A., & Zahari, Z. (2025). Analisis Konten Instagram @Erickthohir Sebagai Ketua Pssi Dalam Membangun Citra Tim Nasional Sepak Bola Indonesia. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(5), 7753–7764. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i5.11277>
- Artati, D. G., & Setianti, Y. (2025). Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi *Personal Branding* Krisna Pratiwi sebagai Lifestyle Influencer di Instagram *Personal Branding of Krisna Pratiwi as a Lifestyle Influencer on Instagram*. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 286–302.
- Bahri. (2022). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris di Indonesia Almaidah. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.505>
- Eriyanto, M. S. (2021). *Metode netnografi: Pendekatan kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial* (Cetakan 1). Remaja Rosdakarya.
- Fadila, A., Siregar, B., Heryati, E., & Bahriyah, E. N. (2025). Pemanfaatan *Personal Branding* Selebram Fian Muh dalam Membangun Brand Awareness Axegear Melalui Media Sosial Instagram. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(2), 55. <https://ejournal.upnvj.ac.id/GlobalKomunika/article/view/12161>

- Febriyanti. (2025). Pengaruh *Personal Branding* Dan Pengalaman Pengguna Digital Terhadap Minat Berwirausaha di E-Commerce Pada Generasi Z. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(5), 1364–1374. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i5.1041>
- Febriyanti, B. N. (2023). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Firmansyah, D. (2022). Kinerja Kewirausahaan: Literasi Ekonomi, Literasi Digital dan Peran Mediasi Inovasi. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 745–762. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/fjas.v1i5.1288>
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019 [The Impact of Tiktok Social Media on the Creativity of Communication Studies Students, Jakarta State University Class of 2019]. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46.
- Frank, P., Ph, D., & Nance, M. J. (2026). Personal Brand Logo and Student Course Engagement in Undergraduate Introductory Marketing Courses. *Journal for Advancement of Marketing Education*, 34, 1–13.
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., PS, T. E. A., Djaya, T. R., Ayu, A. S., & Effendy, F. (2021). *Etika komunikasi dalam media sosial: Saring sebelum sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2022). *Personal Branding* Konten Kreator Melalui Citra Diri Mahasiswa Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @Jeromepolin). *Jurnal Media Penyiaran*, 1(2), 117–123. <https://doi.org/10.31294/jmp.v1i2.991>
- Hariyanti, E., & Huda, A. M. (2023). *Personal Branding* Puteri Indonesia Jawa Timur Melalui Media Sosial Instagram. *The Commercium*, 7(2), 100–107. <https://doi.org/10.26740/tc.v7i2.56239>
- Hasan, H., Bora, M. A., Afriani, D., Artiani, L. E., Puspitasari, R., Susilawati, A., Dewi, P. M., Asroni, A., Yunesman, Y., & Merjani, A. (2025). *Metode penelitian kualitatif*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Hidayati, A. N. (2024). *Personal Branding* Anies Baswedan Calon Presiden Indonesia 2024 Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Desain*, 11(2), 433. <https://doi.org/10.30998/jd.v11i2.21907>
- Kemenkeu. (2025). *Purbaya Yudhi Sadewa*. kemenkeu; Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/profile/menteri/Purbaya-Yudhi-Sadewa>
- Lavenia, at al. (2025). *Sederet Pernyataan Kontroversial Menkeu Purbaya Setelah Dilantik*. tempo.co. <https://www.tempo.co/ekonomi/sederet-pernyataan-kontroversial-menkeu-purbaya-setelah-dilantik-2068328>
- Maharani, R. D. (2025). Open Access : <https://ejournal.nusantara-society.org/cse/> Fan Perceptions of Streamer Windah Basudara ' s *Personal Branding* on

- Youtube Rossa Dwi Maharani. *Journal of Communication, Sustainability, and Empowerment*, 1(1), 1–16.
- Martini, E. (2023). *Praktik Personal Branding* (1 ed.). PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. <https://ipusnas.perpusnas.go.id/book/7b28e013-1513-47b5-a2d8-a42229bd1cc1%0A>
- Mubarok, F. S. (2022). Pemanfaatan New Media Untuk Efektivitas Komunikasi Di Era Pandemi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(1), 28. <https://doi.org/10.30659/jikm.v10i1.20302>
- Nanda, R. A. (2024). Analisis *Personal Branding* Pejabat Publik Di Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram Pribadi Rektor Universitas Malikussaleh @herman\_fithra). In *rama.unimal.ac.id*. Universitas Malikussaleh.
- Nasrullah, R. (2022). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Prenada Media.
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Oktavia. (2024). *Personal Branding* Anis Rasyid Baswedan Di Tiktok @anisbaswedan. *Ilmu Sosial, Interaksi Sosial, Personal branding, Tiktok, Pejabat Public*.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Alam, M. D. S., & Lisya, M. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Pranasdita, I. (2025). *Harta Kekayaan Menkeu Purbaya Yudhi Sadewa Mencapai Rp39,2 M*. [idntimes.com. https://www.idntimes.com/business/economy/harta-kekayaan-menkeu-purbaya-yudhi-sadewa-mencapai-rp39-2-m-00-4zd95-yfmw2y](https://www.idntimes.com/business/economy/harta-kekayaan-menkeu-purbaya-yudhi-sadewa-mencapai-rp39-2-m-00-4zd95-yfmw2y)
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi TikTok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.
- Pujiono, A. (2023). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi - Z. *Tanzhimuna*, 2(2), 190–203. <https://doi.org/10.54213/tanzhimuna.v2i02.180>
- Putri, E., Febriati, F., Lembaga, I., Pendidikan, T., & Makassar, U. N. (2025). *Personal Branding* Digital Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Gen Z di Era Society. *Jurnal Ilmiah Pgsd fkip Universitas Mandiri*, 11.
- Rahman, H. (2025). Teknik Analisis Data Kualitatif. *Metode Penelitian Kualitatif*, 84.
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3), 10646–10653. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1890>

- Rahmana, at al. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 9(2), 80.
- Rahmawati, D. (2025). *Siapa Istri Purbaya Yudhi Sadewa? Potret Kesederhanaannya Jadi Sorotan.* suara.com. <https://www.suara.com/lifestyle/2025/09/10/133106/siapa-istri-purbaya-yudhi-sadewa-potret-kesederhanaannya-jadi-sorotan>
- Rozi, Z. F. (2025). *Purbaya Yudhi Sadewa Tuai Kontroversi Tuntutan 17+8, Langsung Minta Maaf Setelah Diserbu Netizen.* metropolitan.id. <https://www.metropolitan.id/berita-hari-ini/95315889597/purbaya-yudhi-sadewa-tuai-kontroversi-tuntutan-178-langsung-minta-maaf-setelah-diserbu-netizen>
- Safitri, E. (2025). *Cerita Menkeu Purbaya Saat Diminta Gantikan Sri Mulyani: Saya Pikir Saya Ditipu.* detikJateng. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-8102123/cerita-menkeu-purbaya-saat-diminta-gantikan-sri-mulyani-saya-pikir-saya-ditipu>
- Sangadji, F. A. putri, Fitri, A. cahya syah, Sitanggang, D. A. S., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). the Role of Tiktok Social Media As a Platform for. *Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143–149.
- Saubani, A. (2025). *Permintaan Maaf “Menteri Kagetan” Purbaya Usai Responsnya Atas Tuntutan 17+8 Tuai Kontroversi.* news.republika.co.id. <https://news.republika.co.id/berita/t2b78v409/permintaan-maaf-menteri-kagetan-purbaya-usai-responsnya-atas-tuntutan-178-tuai-kontroversi-part3>
- Setiawan, A. (2025). *Menkeu Purbaya jelaskan ucapan yang tuai kontroversi publik.* Antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/5096717/menkeu-purbaya-jelaskan-ucapan-yang-tuai-kontroversi-publik>
- Simanjuntak, at al. (2024). Analisis Hubungan Penggunaan Sosial Media Dengan Peran Mahasiswa Di Masyarakat. *Jurnal Sains Student Research*, 2(3), 29–36. <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i3.1238>
- Sirait, A. A., & Nasution, M. I. P. (2024). Efektivitas Flatform Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Pai Berbasis Literasi Digital. *Dirosat: Journal of Islamic Studies*, 9(1), 83. <https://doi.org/10.28944/dirosat.v9i1.1732>
- Sulung, M. (2024). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(2), 28–33.
- Suryono, J., An Nisaa, T., Bono Setyo, Hussin, R., & Hariyanto, H. (2025). Construcing Brand Credibility Through Influencer *Personal Branding* on Instagram:A Semiotic and Qualitative Analysis. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 18(2), 255–275. <https://doi.org/10.14421/pjk.v18i2.3360>
- Widyaputra, F. A. (2025). Strategi *Personal Branding* dalam Meningkatkan Kredibilitas dan Daya Saing Influencer. *Indonesian Journal of Intellectual*

*Publication*, 5(3), 277–286. <https://doi.org/10.51577/ijipublication.v5i3.666>

Yudi, A. L. (2025). *Mengapa Pernyataan Purbaya soal Tuntutan 17+8 Berbahaya Bagi Pasar*. tempo.co. <https://www.tempo.co/ekonomi/mengapa-pernyataan-purbaya-soal-tuntutan-17-8-berbahaya-bagi-pasar-2067963>

Zaenuddin, M. (2025). *Pernyataan Menkeu Purbaya soal Tuntutan 17+8 Dinilai Miskin Empati*. humasindonesia.id. <https://www.kompas.com/tren/read/2025/09/09/141500565/pernyataan-menkeu-purbaya-soal-tuntutan-17-8-dinilai-miskin-empati>

Zayyan, S., & Saino. (2021). The effect of using the tik tok application as a promotional medium and the glow up trend on interest in buying beauty products. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282–291.