# DAFTAR PUSTAKA

## Jurnal


Abiesta, A., Tesmanto, J., & Putri, E. (2025). Analisis Persepsi dan Penggunaan Linkedin Dalam Membangun *Personal branding* Mahasiswa Universitas Panca Sakti Bekasi. *Economics and Digital Business Review*, *7*(1), 327–332.

Akbar, Z. (2024). *Instagram Sebagai Alat Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Instagram @cut.tara_)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh.

Aprila, V., & Pribadi, M. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram @maksimalindiri. *Prologia*, *7*(2), 304–311.

Fathayat, T., Ali, M., Fitri, D., Jafaruddin, & Muchlis. (2026). Peran Komunikasi Interpersonal Antara Orangtua dan Anak Dalam Meminimalisir Kenakalan Remaja. *Jurnal Network Media,* 9(1), 358-365.

Fauzan, M. I., Irene, P., Lejap, J., Bima, K., & Yuwono, S. (2026). Analisis Bibliometrik Terhadap Tren Riset Teori *Impression management* Dalam Studi Komunikasi Di Scopus. *Comdent: Communication Student Journal*, *3*(2), 248–264.

Febriyanti, S. A., Setiasih, E. N., Rhama, B., & Selvia, F. (2025). Eksplorasi Pemanfaatan Aplikasi LinkedIn Sebagai Strategi Untuk Menarik Minat Generasi Z Ke Dunia Kerja. *Jurnal Politik Dan Pemerintah Daerah*, *7*(2), 212–220.

Handayani, E., & Riyanto, S. (2021). Understanding the Interrelationship Between Career and Professional Development and Job Satisfaction. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *8*(2), 276–284.

Harmen, H., Lestari, D., Simaremare, Y. D., Sinambela, E. A., Sihotang, E., & Nasution, S. Z. (2026). Analisis Kesenjangan Pemanfaatan LinkedIn sebagai Alat *Personal branding* dan Dampaknya terhadap Peluang Kerja Fresh Graduate di Indonesia. *Jurnal Ekuilnomi*, 8(2), 614–621.

Hasan, K., Husna, A., Muchlis, Fitri, D., & Zulfadli. (2023). Transformasi Komunikasi Massa Era Digital Antara Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Politik dan Pemerintahan,* 8(1), 41-55.

Himam, M. K., Anam, S., & Nashrullah. (2026). Teknik Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif: Strategi Dan Implementasi. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, *5*(2), 1688–1696.

Muzaffarsyah,T., Zulhilmi, Rahman, B., & Rizwan, M. (2021). Political Communications Strategy of "Success Team" in Regional Head Election: A Case Study of Bireuen, Aceh. *Proceedings of the 1st International Conference on Psychology,* 147-153. https://doi.org/10.5220/0009439101470153

Nasution, Y.K., & Mardhiah, A. (2023). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Menunjukkan Eksistensi Diri (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Unimal). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 30–42.

Padaga, E. P. L., & Fitriyani, L. R. (2021). Gaya Komunikasi PS. Christofer Tapiheru Dalam Membentuk *Personal branding*. *Jurnal SCRIPTURA*, *11*(1), 26–34. https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.26-34

Priatna, I. A., & Supandi, G. (2024). Tantangan Dan Peluang Karir Di Era Digital. *SEPAKAT Sesi Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 7–11.

https://doi.org/10.56371/sepakat.v4i1.267
Putri, I. A., Marsofiyati, & Utari, E. D. (2025). Analisis Pemanfaatan LinkedIn Sebagai Alat *Personal branding* Dalam Persiapan Dunia Kerja Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, *8*(2), 131–140.
Rahmawati, F., & Wijaya, L. S. (2024). Membangun *Personal branding* di Linkedin: Perspektif Generasi Z dalam Pencarian Kerja. *Prologia*, *8*(2), 522–537. https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.31791
Ramadhan, I. A., Mukmin, H., & Rojiati, U. (2025). LinkedIn sebagai Media Alumni KPI UIN Raden Intan Lampung Membangun Identitas Profesional. *Jurnal Pendidikan, Sains, Dan Humaniora*, *4*(3), 1117–1126. https://doi.org/10.56113/takuana.v4i3.261
Safarudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, *3*(2), 9680–9694.
Salma, E. A., Nursanti, S., Utamidewi., W. (2024). Pemanfaatan *Personal branding* LinkedIn Dalam Peningkatan Karier Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*. 11(2), 483–494.
Sania, & Suyasa, P. T. (2024). Memahami *Personal branding* Berdasarkan The Big Five Personality Traits (Studi Pada Angkatan Kerja SMK). *Jurnal Psikologi Pendidikan*, *17*(2), 36–46.
Sembada, D. A., Ramadhiansyah, D., & Soekah, J. M. (2025). Transformasi Fungsi LinkedIn sebagai Alat *Personal branding* dalam Ekosistem Profesional Digital: Studi Kasus pada Generasi Z di Indonesia dan Jerman. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, *6*(1), 1–17. https://doi.org/10.20473/medkom.v6i1.77778
Siahaan, F. S., Rismanto, C., Metris, D., Restika, D., & Muarief, F. (2025). Meningkatkan *Personal branding* Mahasiswa melalui Public Speaking, Kredibilitas, dan Kecerdasan Emosional. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, *5*(1), 121–129.
Umardi, M. R., Mutahir, A., Hariyadi, & Santosa, I. (2025). Pemaknaan Dan Pembentukan Citra Profesional Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirmman Di LinkedIn. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, *5*(2), 1595–1608.
Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep , Prosedur , Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, *5*(2), 198–211.

**Buku**

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
Effiyaldi., Muryani, E., Sari, M.N. (2024). *Manajemen Karier (Upaya Mencapai Kesuksesan Karier)*. Mega Press Nusantara.
Febrianty., Divianto., Muhammad., Ichdan, D.A. (2024). *Toolkit Manajemen Karir: Sumber Daya Esensial Untuk Profesional Masa Kini*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
Febrianty, P.A.T., Subanda, I.N. (2026). *Personal branding, Dari Konsep Menuju Praktik*. Nilacakra Publishing House.
Judijanjto, L., Setiawan, Z., Saputra, R. (2024). *Personal branding: Membangun Citra Positif dalam Persaingan Global*. Sonpedia Publishing Indonesia.
Rahmawati, D., Lumakto, G., Viendyasari, M., Wisesa, R., & Anindhita, W.

(2025). *Di Media Sosial Menciptakan Kesan & Pesan, Bukan Sekadar Kemasan*. Literasi Nusantara Abadi Grup.
Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretif, Interaktif, dan Konstruktif.* CV Alfabeta.
Tamimy, M.F. (2017). *Sharing-mu, Personal branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. Visi Media.

**Skripsi**

Imeralda, E. D. (2025). *Strategi Komunikasi Para Pencari Kerja Aktif Dalam Membangun Di Linkedin*. Skripsi. Fakultas Komunikasi Dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika.
Riswan, N. A. (2025). *Strategi Mahasiswa Melalui Pemanfaatan Konten Digital Di Media Sosial*. Skripsi. Fakultas Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
Sya'bani, D. F. (2025). *Penggunaan Sosial Media LinkedIn Dalam Membangun Di Kalangan Mahasiswa*. Skripsi. Fakultas Komunikasi Dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika.

**Website**

Badan Pusat Statistik Indonesia. (2026). *November 2025: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,74 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 3,33 juta rupiah*. Diakses pada 5 Mei 2026. https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2026/02/05/2547/november-2025--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-74-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-33-juta-rupiah-.html.
Badan Pusat Statistik Indonesia. (2026). *Jumlah dan Persentase Penduduk Bekerja dan Pengangguran, 2025*. Diakses pada 5 Mei 2026. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk1MyMy/jumlah-dan-persentase-penduduk-bekerja-dan-pengangguran.html.
Badan Pusat Statistik Indonesia. (2026). *Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan, 2025*. Diakses pada 5 Mei 2026. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE3OSMy/tingkat-pengangguran-terbuka-berdasarkan-tingkat-pendidikan.html.
Kemp, S. (2025). *LINKEDIN USERS, STATS, DATA & TRENDS FOR 2025*. Datareportal.com. LinkedIn Users, Stats, Data, Trends, and More — DataReportal – Global Digital Insights.
Kemp, S. (2025). DIGITAL 2026: INDONESIA. Datareportal.com. Digital 2026: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights.