

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, S. D. (2018). *Media Sosial:Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Prenadamedia Group.
- Azzahra, S. F. (2018). *Fenomena Instagram Stories Sebagai Ajang Media Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Unimal*. Universitas Malikussaleh.
- Bilqis, T. D., Alfiani, M. R., Gayatri, F. A., & Cuhandi. (2024). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.62180/914e5g76>
- Budiarti, N. W., & Dewi, K. (2023). Personal Branding di Media Digital pada Akun Tik Tok @dailyjour. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(3), 537–544. <https://doi.org/10.54082/jupin.207>
- Fajriati, D. S. (2020). *Instagram Sebagai Media Sosial Untuk Membangun Personal Branding di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia di Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fitria, R. (2023). *Fenomena Instagram Reels Sebagai Media Eksistensi Diri*. Universitas Malikussaleh.
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., Ardiansyah, T. E., Djaya, T. R., Ayu, A. S., & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial:Saring Sebelum Sharing*. Penerbit Insania.
- Girnanfa, F. A., & Susilo, A. (2022). Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 58–73. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.2>
- Harianto, S. (2023). Instagram Sebagai Media Berdramaturgi Dalam Membentuk Self-Image Virtual (Studi Pada Remaja Pengguna Instagram Di Kecamatan Sedan). *Journal Jurnal Pendidikan Sosiologi Undiksha Jurusan Sejarah, Sosiologi Dan Perpustakaan*, 5, 139–146.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding:Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.

- Hermansyah, A. (2019). *Pengelolaan Kesan Selebgram Dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Selebgram Lokal dikota Cilegon)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Karin, L. R., & Yuningsih, A. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Proses Transformasi Identitas Diri. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 1072–1079. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9489>
- Kurniawan, N., & Gabriella, S. (2020). Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(01), 27–45. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/251>
- Luik, J. (2020). *Media Baru: Sebuah Pengantar (Pertama)*. Kencana.
- Maharani, S. (2022). *Penggunaan Fitur Instagram Reels Sebagai Personal Branding*. Universitas Islam Riau.
- Masriadi, Bahri, H., Kamaruddin, & Andyna, C. (2022). *Pelatihan Konten Kreator Untuk Meningkatkan Pendapatan Generasi Milenial di Desa Lancang Garam, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe*. 1(1). <https://tirto.id/selamat-tinggal->
- Nanda, P. A. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Sitinah, Sofiwati, S., Fernando, J., & Hidayati, R. K. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09(01), 1–14. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7892>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Tiara, G. (2021). Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator Di Media Sosial Instagram. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3), 14. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i3.1521>
- Yovelin, V., & Paramita, S. (2023). Digital Personal Branding dalam Membentuk Kredibilitas Content Creator. *Koneksi*, 7(1), 231–239. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21330>
- 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>