

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina, C. D., & Dzulfaroh, A. N. (2024, October 12). *Jadi Pengguna Terbanyak di Dunia 2024, Mengapa TikTok Sangat Digemari di Indonesia?* Diambil kembali dari [kompas.com: https://www.kompas.com/tren/read/2024/10/12/190000765/jadi-pengguna-terbanyak-di-dunia-2024-mengapa-tiktok-sangat-digemari-di?page=all](https://www.kompas.com/tren/read/2024/10/12/190000765/jadi-pengguna-terbanyak-di-dunia-2024-mengapa-tiktok-sangat-digemari-di?page=all)
- Arfyan, R., & Pratama, B. (2022). STRATEGI PERSONAL BRANDING SELEBGRAM MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM ENDORSEMENT (STUDI KASUS PADA AKUN TIKTOK @CLARAYAAA_). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 68-70.
- Bahar, A. D., Maringgi, Y., & Syawal, F. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 199-217.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. United States: Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. United States: SAGE Publications, Inc.
- Dewi, R., Ishak, R. A., R, A. A., & Djakaria, M. R. (2023). Strategi Personal Branding Melalui Sosial Media Tiktok Melinda Rohita. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 118-130.
- JSP, T. D. (2023). Alasan Menjadi Konten Kreator. *Blog Jakarta School of Photography*.
- Kania, D., Handayani, R., & Vida, H. D. (2022). Strategi Personal Digital Branding Profesi Pengacara Pada Instagram @Hotmanparisofficial. *Prosiding Indonesia Public Relations Conference*, 1-13.
- Keller, K. L., Parameswaran, A. M., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. India: Pearson India Education Services Pvt. Ltd.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace (paperback)*. United States of America: McGraw-Hill.
- Octavianus, A., & Oktavianti, R. (2022). Personal Branding Influencer pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada Akun @veliaveve). *Koneksi*, 398-407.
- P, G. A. (2024, September 24). *Alasan Konten Kreator Menjadi Pekerjaan Pilihan Generasi Muda*. Diambil kembali dari Universitas Sains dan Teknologi

Komputer: <https://stekom.ac.id/artikel/alasan-konten-kreator-menjadi-pekerjaan-pilihan-generasi-muda>

Rainer, P. (2024, July 1). *Artikel: Inilah Media Sosial yang Paling Sering Dipakai di Indonesia.* Diambil kembali dari GoodStats: <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>

Samatan, N., Prakosa, A., Robingah, R., & Napsiah, N. (2024). Personal Branding on Social Media Through Peter Montoya . *Greenation Global Research National*, 55-73.

Team Dokumentasi JSP. (2024, M. 1. (2024, May 13). *Mengapa Semakin Banyak Orang Tertarik Menjadi Seorang Content Creator?* Diambil kembali dari jsp.co.id: <https://jsp.co.id/mengapa-semakin-banyak-orang-tertarik-menjadi-seorang-content-creator/>

West, R., & Turner, L. H. (t.thn.). *Introducing Communication Theory Analysis and Application (Fourth Edition)*. New York: McGraw-Hill.

Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.