

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, Y. (2024). *Manajemen Impresi Prabowo Subianto dalam Menghadapi Pemilihan Presiden 2024*.
- Afifa, P., Ahmad, F., & Chandrabuwono, A. B. (2025). *Personal Branding Vivi Mar'i Zubedi Melalui Media Sosial Instagram (Studi Analisis Grid Citra pada Pengguna Instagram di Indonesia 18–34 Tahun)* (Vol. 2, Issue 1).
- al Farisi, D., & Genep Sukendro, G. (2023). *Analisis Personal Branding di Media Sosial (Studi Kasus pada Channel YouTube Windah Basudara)*.
- Amelia, C. (2024). *Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah*. Jurnal Audiens, 5(4).
- Balaban, D. C., Szabolics, J., & Chirica, M. (2022). *Parasocial relations and social media influencers' persuasive power: Exploring the moderating role of product involvement*. Acta Psychologica, 230, 103731.
- Dwi Hermawan, N., Kristiyono, J., Tinggi, S., Komunikasi-Almamater, I., & Wartawan, S. I. (2023). *Analisis Komunikasi Interaktif Brando Franco dengan Penontonnya dalam Live Streaming di Kanal YouTube Windah Basudara*. 6(2), 11–21.
- Dwi Rahma, & Winda Dwi Astuti Zebua. (2025). *Cyber Public Relations dalam Membangun Citra The Asian Post*. Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu, 2(5), 167–179.
- Dwi, R. (2025). *Fan Perceptions of Streamer Windah Basudara's Personal Branding on Youtube*. In *Journal of Communication, Sustainability, and Empowerment* (Vol. 1, Issue 1).
- Elvina, M., Gushevinalti, G., & Widiastuti, W. (2024). *Impression Management in Building Personal Branding by Bengkulu Influencers Through the Reels Feature on Instagram*. Indonesian Journal of E-Learning and Multimedia, 3(1), 22–27.

- Febriati, F., & Penulis, Lembaga. (2025). *Strategi Personal Branding Kreator Media Sosial untuk Membangun Visibilitas, Kredibilitas, dan Keberlanjutan dalam Creator Economy*.
- Futri, I. N., Risfandy, T., & Ibrahim, M. H. (2022). *Quota sampling method in online household surveys*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi ke-10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haya, L., & Diniati, A. (2025). *Social Media Content Management on Instagram in the Fashion Industry*. Jurnal ASPIKOM, 9(1), 29.
- Helmy Shafwan Muzhaffar, & Ani Yuningsih. (2024). *Pengaruh Personal Branding Elit Politik terhadap Citra di Kalangan Followersnya*. Bandung Conference Series: Communication Management, 4(2), 515–522.
- Homepage, J., Kurniawan, M. N., & Pebriana, R. (2025). *Penguatan Citra Humas Kamwil Kemenag Sumsel Melalui Pemanfaatan Instagram @Kankemwilkemenagsumsel sebagai Media Informasi Publik*. Journal of Innovative and Creativity, 5(3).
- Inosensius Enryco Mokos. (2025). *Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman*.
- Junius, I., & Genep Sukendro, G. (2024). *Strategi Kreatif Windah Basudara dalam Membangun Personal Branding melalui YouTube*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59–68.
- Kowert, R., & Daniel Jr., E. (2021). *The one-and-a-half sided parasocial relationship: The curious case of live streaming*. Computers in Human Behavior Reports, 4, 100150.

- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (n.d.). *Theories of Human Communication* (11th ed.).
- Maharani, R. I. P., & Mardiana, L. (2024). *Pembentukan personal branding @dilanjaninyar_2 di media sosial TikTok. JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 7(2), 157–166.
- Mahmudah, D., Hernikawati, D., dkk. (2024). *Pengaruh Pelatihan Video Content Creator terhadap Kompetensi Peserta Pelatihan di Wilayah Kerja BPSDMP Kominfo Jakarta*.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Peter Montoya Incorporated.
- Muharram M, N. (2023). *Dasar-Dasar Public Relation*. CV. Eureka Media Aksara.
- Pangestu, B. A. (2026). *Peran Media Sosial terhadap Perilaku Komunikasi Generasi Z: A Systematic Literature Review*.
- Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi, J., Penelitian, J., Shafira Zahra, T., & Yusanto, F. (2025). *Analisis Respons Followers terhadap Personal Branding Zhafira Aqyla di Media Sosial TikTok*.
- Porto, R. B., Borges, C. P., & Dubois, P. G. (2024). *Impression Management Through Social Media: Impact on the Market Performance of Musicians' Human Brands*. *Journal of Product and Brand Management*, 33(3), 345–356.
- Putri, A. N. (2022). *Fantasi dan Ilusi: Interaksi parasosial fandom ARMY BTS di media sosial. Kalijaga Journal of Communication*, 4(2), 171–192.
- Rabbani, F. Z., & Wati, R. (2024). *Komunitas dan Interaksi Penonton pada Siaran Langsung di Kanal YouTube Naplive. Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 406–415.

- Rais, N., Hidayanti, I., & Abdul Haji, S. (2026). *Pengaruh Personal Branding terhadap Keputusan Memilih dengan Mediasi Citra Kandidat pada Pilkada Kabupaten Halmahera Tengah 2024*. EKOMA: Jurnal Ekonomi, 5(2).
- Rangga Ningrum, G., Limakrinan, N., Komar, D., dkk. (2024). *Penerapan Personal Branding & Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Maya Rumantir*. MODENA Journal, 1(1).
- Ratna Dewi, I., Bachtiar, W., & Penelitian, A. (2025). *Strategi Komunikasi Digital Melalui Produksi Konten Video oleh Content Creator di Redaksi Suara.com*. Jurnal Kolaboratif Sains, 8(5), 2517–2531.
- Saifulloh, M., & Hariyanto, D. (2024). *YouTube Media Komunikasi dan Bisnis Milenial*. INTELEKTUALITAS: Jurnal Penelitian Lintas Keilmuan.
- Sari, W. P., Paramita, S., & Irena, L. (2024). *Model Personal Branding Nano-Influencers Generasi Z di Instagram*. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 8(2), 328–340.
- Shefira Ananda, D., Mulyadi, A. M., Alida, M., & Lubis, A. Y. (2024). *Analisis Personal Branding Content Creator Akun @ECIFRESH pada Aplikasi TikTok*.
- Sihotang, H., dkk. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT Remaja Rosdakarya.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., & Aswan, N.
- Stefhanie Nathanael, & Halomoan Harahap. (2026). *Pengaruh Personal Branding Prilly Latuconsina terhadap Citra Produk Implora Urban Eyebrow Pencil pada Followers TikToksnya*. Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi, 6(2), 1–12.

- Susanti, C., & Paramita, S. (2023). *Pembentukan Digital Personal Branding di Media Sosial Akun Instagram @Chiquitalimer*.
- Trang, N. M., McKenna, B., Cai, W., & Morrison, A. (2023). *I Do Not Want To Be Perfect: Investigating Generation Z Students' Personal Brands on Social Media for Job Seeking*.
- Tri Basuki, A. (2015). *Analisis Regresi dengan SPSS*.
- Utami, R. T., & Christin, M. (2023). *Strategi Personal Branding Comedian Influencer di Media Sosial*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2021). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw-Hill Education.
- Yunitasari, C., & Japariato, E. (2013). *Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N.*