

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Creswell, J. W., & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Miles, Huberman, & Saldana. (2014). *Qualitative data analysis*. SAGE Publications.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha, and Oprah*. Personal Branding Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Norton, R. W. (1983). *Communicator style: Theory, applications, and measures*. Sage Publications.
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage Publications.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research: Design and methods (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Zed, M. (2018). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Jurnal

- Adiningra, N., Albina, M., Padila, W., & Tanjung, E. (2025). Penelitian deskriptif dalam pendidikan. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 2(3), 2557–2564.
- Agma, A. (2025). Peran media sosial dalam membangun identitas digital remaja di era postmodern. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media*, 1(1), 24–31. <https://jurnal.pustakabangsaindonesia.com/index.php/jikom/article/view/49>
- Akbar, M. F., Ati, H. D. L., & Sukarson, A. (2024). Peran TikTok dalam meningkatkan brand awareness di kalangan milenial dan Gen Z. *Journal Media Public Relation*, 4(1), 52–57.

- Anjani, F., Nugroho, D. R., Ulya, E. D., & Mulyono. (2025). Pemanfaatan TikTok sebagai personal branding bagi mahasiswa Gen Z. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 521–536.
- Ash-Shiddiqi, H., Sinaga, R. W., & Audina, N. (2025). Kajian teoritis: Analisis data kualitatif. *Jurnal Edukatif*, 3(2), 333–343.
- Augusta, D., & Rahmadiva, L. (2025). Analisis resepsi penonton terhadap keunikan iklan Denny Sumargo dalam media sosial pada Generasi X. *Prosiding Kolokium Riset Mahasiswa*.
- Avis, R., & Aminudin, A. (2026). Strategi digital storytelling dalam membangun interaksi audiens pada konten YouTube NERROR @Nessie Judge. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora)*, 5(1), 335–347.
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v5i1.7664>
- Bachtiar, R. N. A., Lestari, N. I., & Prasetijowati, T. (2025). Komunikasi bahasa tubuh mahasiswa Administrasi Publik Universitas Bhayangkara Surabaya dalam kegiatan perkuliahan: Gestur tubuh (gerakan kepala, tatapan, posisi tubuh). *Jurnal Widya Publika*, 13(2), 143–158.
- Cahyono, A. (2017). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Cahyono, A. (2021). (Library research) Peranan pengembangan manajemen kinerja tenaga administrasi kesehatan terhadap peningkatan mutu pelayanan kesehatan di Puskesmas. *Jurnal Ilmiah Pamenang - JIP*, 3(2), 28–42.
- Dewi, R., Ishak, R. A., & Djakaria, M. (2023). Strategi personal branding melalui sosial media TikTok Melinda Rohita. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 118–130.
- Fatima, S., & Sa'i, M. (2025). Strategi komunikasi dengan pendekatan audience-centered dalam meningkatkan efektivitas pesan pada sharing session Bingkis Ramadhan di Pamekasan, Madura. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1215–1228.
<https://indojournal.com/index.php/jejakdigital/article/view/315>
- Febriati, F., & Reski. (2025). Strategi personal branding kreator media sosial untuk membangun visibilitas, kredibilitas, dan keberlanjutan dalam creator economy. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 11(4), 347–358.
<https://www.journal.stkipsubang.ac.id/index.php/didaktik/article/view/9377>

- Firdauza, I. A. L., & Chusniyah, T. (2025). Membentuk identitas diri digital di era media sosial: Studi kualitatif terhadap guru. *Jurnal Flourishing*, 5(5), 297–307. <https://doi.org/10.17977/10.17977/um070v5i52025p297-307>
- Friando, Y., Pradini, H. A., & Rochimah, I. (2025). Virtual public sphere sebagai strategi brand engagement: Quantitative content analysis #kahfeveryday di platform TikTok. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 24–37. <https://doi.org/10.36722/psn.v5i1.4898>
- Hakiki, M., Nadziran, S. N., & Mulyeni, S. (2026). Pengaruh konten influencer di media sosial terhadap tingkat FOMO pada Gen Z (Analisis studi literatur). *Jurnal Pendidikan Dirgantara*, 3(1), 70–85. <https://doi.org/10.61132/jupendir.v3i1.1011>
- Hanif, M. D., Purwitasari, E., Fitriani, R., & Mulyadi, A. (2025). Persepsi komunikasi masyarakat dalam memandang identitas dan citra Partai Golkar pasca Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 27–40.
- Hasibuan, M. P. H., Jailani, M., & Risnita. (2023). Perumusan masalah ilmiah variabel dan fokus dalam penelitian pendidikan anak usia dini. *Dzurriyat: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(1), 23–35.
- Hassim, R. A., & Lageni, I. (2026). Analisis model two way dalam digital public relations Sendi Fardiansyah di Pilkada Kota Bogor. *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–23. <https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Kajian/article/view/965/714>
- Herawati, N. A., Nay, G. K., Aparato, M., Bagus, M., & Dwiarta. (2025). Peran media sosial sebagai strategi digital marketing dalam mengubah perilaku konsumen. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 2(2), 17–30. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i2.500>
- Hidayat, A. R., Mulya, A., Ikram, F. D., & Pratama, D. (2025). Strategi komunikasi content creator di TikTok dalam membangun interaksi dengan audiens Gen Z. *Komunikasi57: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2), 208–215. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i2.1827>
- Jailani, M., Ardiansyah, & Risnita. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>

- Kelejan, D. F., Rantung, P. L. R., Mintardjo, C. M. O., Supandi, G., Ogi, I. W., & Soegoto. (2025). Kajian historis media sosial: Dari pengguna media sosial biasa menjadi konten kreator sukses di era digital. *Tangkoko Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 1–10.
- Kirana, S., Ibrahim, F. R. C., Sudirman, Y., & Massuanna, M. (2025). Pengaruh konten TikTok terhadap pola interaksi sosial Gen Z di masyarakat perkotaan. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(5), 7170–7177. <https://alharamjournal.id/index.php/PESHUM/article/view/11073/7909>
- Korlah, S., Safitri, T., & Sugiarti. (2025). Pemilihan bahasa yang tepat: Kunci sukses dalam menyampaikan pesan. *Morfologi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra Dan Budaya*, 3(4), 362–372.
- Mukarrom, W. (2025). Efektivitas influencer marketing dalam membangun brand awareness platform pembelajaran online pada platform satukelas.com. *Jurnal EMT KITA*, 9(2), 738–747. <https://journal.lembagakita.com/emt/article/view/4026>
- Nabila, N. F., & Winarti, O. (2023). Penerapan digital marketing dan peran content creator pada media sosial guna meningkatkan brand awareness PT. *Otak Kanan Surabaya. JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 136–146. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.322>
- Nadhira, P., Rahmadany, C., & Azim, F. (2025). Penggunaan storytelling sebagai media kreatif dalam pembelajaran teks recount di SMK Negeri 5 Pekanbaru. *Fonologi: Jurnal Ilmuan Bahasa Dan Sastra Inggris*, 3(1), 368–381.
- Nugroho, R. A. S., & Saputra, V. (2025). Implementasi strategi komunikasi dalam membangun personal branding di YouTube (Studi literatur pada kreator gaming mikro bioplazee). *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 2(3), 381–394. <https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Kajian/article/view/667>
- Nurfaiza, U. (2018). Gaya komunikasi model profesional SZ Management Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 97–113.
- Padaga, E. P. L., & Fitriyani, L. (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>
- Prameswari, A., & Tanjung, S. (2025). Fandom dan interaksi parasosial dalam TikTok. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 5(1), 1–20. <https://journal.uui.ac.id/cantrik/article/view/37205/18394>

- Putri, A. (2025). Analisis etika komunikasi dalam membangun personal branding (studi kasus TikTok @erikarichardo). *Digication*, 1(1), 10–21. <https://ejournal.uki.ac.id/index.php/digication/article/view/6256>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi pengelolaan komunikasi dalam membentuk personal branding di media sosial TikTok. *Koneksi*, 5(2), 280–288. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10300/7962>
- Rahman, R., Mitrin, A., Azizah, P., Amelia, V., & Amalia, R. (2025). Pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi di kalangan Gen Z di Universitas Hang Tuah Pekanbaru. *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 13(2), 351–358. <https://doi.org/10.18592/pk.v13i2.18807>
- Ramadhani, A. S., & Surahmadi. (2025). Strategi personal branding Paramitha Widya Kusuma melalui akun media sosial Instagram menggunakan Eight Laws of Personal Branding Peter Montoya. *JKP: Jurnal Komunikasi Peradaban*, 3(1), 29–36.
- Rayinda, M. A., & Irwansyah. (2019). Pengaruh user generated content terhadap perilaku para foodie pengguna media sosial dalam perspektif komunikasi, teknologi, dan masyarakat di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(2), 116–127. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1257/1117>
- Ridwan, A., Salim, A., Karmila, R., Harja, H., Septiawan, R., & Mahdayeni. (2026). Analisis data penelitian pendidikan: Konsep, prosedur, dan implementasi pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Mutiara: Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 4(3), 96–111. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v4i3.3121>
- Rindiani, N. A., & Sumartono. (2026). Pengaruh daya tarik pesan dan gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana di Instagram Story terhadap pembentukan personal branding. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 23(1), 111–123.
- Ritonga, N. S., Wardiyah, M., Rahman, H. I., Tamrin, A., Shofiyyah, Sabri, & Sikumbang. (2026). Peran komunikasi dalam membangun hubungan sosial di era digital. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 4(5), 65–71. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v4i5.2125>
- Salim, M. (2026). Penyusunan kerangka konseptual dan definisi operasional konstruk atau variabel penelitian kualitatif dan kuantitatif. *Tuladha: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 1–6.
- Saputri, S. F., & Aminudin, A. (2026). Analisis gaya komunikasi Youtuber Jerome Polin pada kanal Youtube u201cNihongo Mantappuu201d edisi Aku Jadi Guru di

- Pedalaman Lombok. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 7637–7646. <https://doi.org/10.56799/peshum.v5i3.16664>
- Sari, O. V, & Abidin, S. (2024). Konstruksi bentuk-bentuk komunikasi dan identitas diri konten kreator Dio Prayogi pada media sosial TikTok dalam dunia virtual. *Scientia Journal, Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i2.8377>
- Savitri, A. A., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. (2025). Publikasi informasi pada pembuatan konten Instagram @bukune di PT Bukune Kreatif Cipta. *Jurnal Penelitian & Studi Ilmu Komunikasi*, 6(1), 35–47.
- Sibuea, P., Guci, R. M., & Hsb, A. I. (2025). Diksi dan makna dalam komunikasi: Pilar konseptual dalam perkembangan masyarakat digital kontemporer. *Development: Journal of Community Engagement*, 4(1), 267–280.
- Silalahi, P. (2025). Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma terhadap identitas diri di aplikasi TikTok. *Bhumantara*, 1(2), 1–13. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/bh/article/view/4357/3134>
- Siregar, R. H., & Albina, M. (2025). Menjelaskan cara menganalisis data dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6), 1–14.
- Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. (2023). Audiens sebagai gatekeeper pada media sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179–192.
- Sulistiani, D. (2026). Persepsi followers Instagram terhadap kreativitas konten Hanum Mega dalam pembentukan personal branding di Instagram. *Humanus: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 3(2), 212–218. <https://jurnal.yp2n.org/index.php/humanus/article/view/335>
- Syafitri, A., Yulfianti, Y., & Gunawan, I. (2026). Analisis tipologi perkembangan kreator konten film: Tinjauan strategi konten pada platform Instagram. *Jurnal Imaji: Film, Fotografi, Televisi, Dan Media Baru*, 17(1), 1–13. <https://doi.org/10.52290/imaji.v17i1>
- Wahyudi, I., Sakban, S., Rohmadin, A. H., & Fahrezi, S. Al. (2025). Peran teknologi digital dalam perubahan pola komunikasi dan gaya bahasa generasi muda. *Linggau Journal of Technology and Computer Science*, 1(5), 34–39. <https://jurnal.lp3mkil.or.id/index.php/tecno/article/view/896>

- Wahyudi, S. A., Praptiningsih, N. A., & Hayat, H. (2025). Peran storytelling dalam membentuk narasi yang berdampak pada era digital. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 82–92. <https://doi.org/10.22236/komunika.v12i2.18265>
- Wijaya, F. R., Lubis, F. A. R., Siregar, M. N. S., & Batubara, A. A. (2025). Sumber data, subjek penelitian, dan isu terkait. *Jurnal Edukatif*, 3(2), 271–276.
- Wijaya, O. R. A., & Mustikasari, R. (2026). Humor menjadi peran penting dalam konten TikTok @Juanneve untuk membangun personal branding. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 9(3), 3570–3575. <https://doi.org/10.54371/jiip.v9i3.11017>
- Wulandari, A. (2024). Personal branding dan media sosial: Analisis pemanfaatan media sosial dalam pengembangan personal branding pada kelompok non-selebritis. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 8(6), 222–233. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jpmt/article/view/6522>
- Zurianti, N. A., & Hayati, N. (2024). Implementasi pembelajaran Science, Technology, Engineering, Arts, & Mathematics (STEAM) dengan memanfaatkan media loose parts. *Jurnal Pendidikan Anak*, 13(1), 100–113.

Online

- Arum. (2025). Profil Reizuka Ari, TikToker yang viral dengan pendapatan fantastis capai Rp500 juta per bulan. In *Zona Viral*. <https://zonaviral.com/news/profil-reizuka-ari-tiktoker-yang-viral-dengan-pendapatan-fantastis-capai-rp500-juta-per-bulan>
- Balipopuler. (2024). Biodata dan Profil Tasya Revina, Selebgram yang Pernah Main Sinetron dan FTV, Lengkap Agama dan Instagram. In *Balipopuler.com*. <https://www.balipopuler.com/profil/93311898148/biodata-dan-profil-tasya-revina-selebgram-yang-pernah-main-sinetron-dan-ftv-lengkap-agama-dan-instagram>
- Indonesia puncak daftar pengguna TikTok terbanyak dunia 2025. (2025). In *RRI.co.id*. <https://rri.co.id/hiburan/1757559/indonesia-puncaki-daftar-pengguna-tiktok-terbanyak-dunia-2025>
- Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2025 tembus 229,4 juta. (2025). In *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2025/08/08/16110007/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2025-tembus-2294-juta>
- Mistar.id. (2020). Lagi Hits, Ini Cerita Selebgram Medan Tasya Revina dengan Konten Ngegasnya. In *Mistar.id*. <https://mistar.id/news/selebriti/lagi-hits-ini-cerita-selebgram-medan-tasya-revina-dengan-konten-ngegasnya>

- Profil dan biodata Tasya Revina: Umur suami bisnis akun IG, agama. (2024). *Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/zigi/hits/667c44babaff2/profil-dan-biodata-tasya-revina-umur-agama-suami-bisnis-akun-ig>
- Profil Reizuka Ari terbaru 2026, kreator konten viral yang banyak dicari netizen. (2026). In *Inikata.co.id*. <https://inikata.co.id/profil-reizuka-ari-terbaru-2026-kreator-konten-viral-yang-banyak-dicari-netizen>
- Rahmawati, T. D., & Fadhli, S. (2026). Tasya Revina Lulus S2, Ungkap Perjuangan Selesaikan Tesis Sambil Jadi Ibu Menyusui. In *Kapanlagi.com*. Kapanlagi.com. <https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriiti/tasya-revina-lulus-s2-ungkap-perjuangan-selesaikan-tesis-sambil-jadi-ibu-menyusui-980f0a.html>
- Rakyat, B. K. (2020). PROFIL dan Biodata Tasya Revina yang Mendadak Trending di Youtube, Netizen: Siapa Dia? In *Berita KBB/Pikiran Rakyat*. Berita KBB/Pikiran Rakyat. <https://beritakbb.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-961068777/profil-dan-biodata-tasya-revina-yang-mendadak-trending-di-youtube-netizen-siapa-dia>
- Rusdi, A. (2025). Muhammad Karim ajak Tasya Revina Ketua Dewan Perwakilan Netizen (DPN) ke Serdang Bedagai bantu korban banjir. *Beritakotanews.Id*. <https://beritakotanews.id/muhammad-karim-ajak-tasya-revina-ketua-dewan-perwakilan-netizen-dpn-ke-serdang-bedagai-bantu-korban-banjir/>
- WowKeren, & Wardhani, R. S. (2022). Dewan Perwakilan Netizen, Tasya Revina Bestie Violenzia Jeanette Sindir Pelakor “Slebew”? In *WowKeren.com*. WowKeren.com. <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00445288.html>
- Wina. (2022). Wanita ini nyinyirin pelakor hanya dalam satu tarikan nafas, netizen malah ngos-ngosan. *Cekricek.Id*. <https://cekricek.id/wanita-ini-nyinyirin-pelakor-hanya-dalam-satu-tarikan-nafas-netizen-malah-ngos-ngosan/>