

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Anshori, Muslich & Iswati, Sri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Clow, Kenneth E. dan Donald Baack. 2016. *Integrated Advertising, Promotions, and Marketing Communication 7th edition*. England: Pearson.
- Griffin, Em. 2012. *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Haroen, Dewi. 2014. *Personal branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Global Edition*. England: Pearson.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, dan Marc Oliver Opresnik. 2018. *Principles of Marketing 17e Global Edition*. UK: Pearson.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Mayfield, Antoni. 2008. *What Is Social Media*. UK: Icrossing.
- McNally, David & Speak, Karl. 2011. *Be Your Own Brand*. San Francisco: Berrett Koehler Publisher, Inc.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The Brand Called You*. United States: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Nasrullah, Rulli. 2019. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Rakhmat, Jalaludin. 2019. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Reynolds, Michael. 2011. *Personal branding with Social Media*. eBookIt.com.
- Strauss, Judy dan Raymond Frost. 2011. *E-Marketing, Sixth Edition*. New Jersey: Pearson.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cv.

- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2010. *Introducing Communication Theory Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill.
- Widodo, Suko. 2010. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media Publishing.
- Wood, Julia T. 2011. *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication, Sixth Edition*. USA: Wadsworth.

**Jurnal:**

- Achmad, Zainal Abidin & Ida, Rachma. (2018). *Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian*. The Journal of Society & Media 2018, Vol. 2(2) Hal. 130-145.
- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. (2018). *Personal branding Remaja di Era Digital*. Jurnal Komunikasi, Vol 11 (1), Juni 2018, 20-30.
- Fitri, A. (2015). *Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014*. JURNAL INTERAKSI, Vol. 4 No. 1, Januari, 101 – 108.
- Jung, Sun dan Doobo Shim. (2014). *Social distribution: K-Pop fan practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' Phenomenon*. Jurnal International Journal of Cultural Studies 2014, Vol. 17(5) 485 –50.
- Labreque, L., Markos, E., & Milne, G. (2011). *Online Personal branding: Processes, Challenges, and Implications*. Journal of Interactive Marketing, Hal. 37-50.
- Monika, Vita & Rosari, Regina Bella Rosari. (2019). *Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya*. Jurnal Scriptura, Vol. 9, No. 2, Desember 2019, Hal. 71-81.
- Mutia, T. (2018 ). *Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan Kesan*. Jurnal Komunikasiana, vol. 1. No. 1. Oktober 2018, Hal. 1-9.
- Nugraha, D. E., & Rachmawati , I. (2019). *Personal branding Fan Account Pada Media Sosial Twitter*. Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi Volume 5, No. 2, Hal. 745-751.
- Nugraha, dkk. (2015). *Fenomena Meme Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram*. Jurnal Sosioteknologi Vol. 14, No 3, Desember 2015, Hal. 237-245.
- Nurhalimah, & Turistiati, A. T. (2019). *Instant Personal branding Calon Legislatif Melalui Instagram*. Jurnal Komunikasi Global, Volume 8, Nomor 2, Hal. 174-189.

- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). *Instagram Sebagai Alat Personal branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane)*. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 3 No. 2 Desember 2019, Hal. 175-185.
- Rianti, N. (2019). *Konstruksi Citra Diri dan Fenomena Dramaturgi Melalui Media Sosial Instagram di Kota Pekanbaru*. *Jurnal JOM FISIP* Vol. 6: Edisi II Juli Desember 2019, 1-15
- Saputri, V. F., & Indrawati, E. S. (2017). *Hubungan Antara Konsep Diri dan Kecemasan Berbicara di Depan Umum Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 3 Sukoharjo*. *Jurnal Empati*, Januari 2017, Volume 6(1), 425-430.
- Suneki, Sir & Haryono. (2012). *Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial*. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, Volume II, No 2, Juli 2012.
- Suprayogi, M., & Firsty, D. A. (2012). *Hubungan Konsep Diri dan Kecemasan dengan Pengambilan Keputusan Untuk Berobat ke Dokter Spesialis (Penelitian Pada Pemanfaatan Program JPK PT. Jamsostek (Persero) Bandung I)*. *Jurnal Humaniora* Vol.3 No.1 April 2012, 270-281.

#### **Online:**

- <https://tirto.id/memahami-selera-musik-milenial-b49a> (diakses pada 1 Maret 2020).
- <https://www.idntimes.com/life/women/maira/suka-duka-jadi-penggemar-artis-dan-punya-idola-selebriiti/full> (diakses pada 7 April 2020).
- <https://kumparan.com/kumparanK-Pop/fanatisme-fans-K-Pop-candu-dan-bumbu-remaja> (diakses pada 7 April 2020).
- <https://www.republika.co.id/berita/senggang/musik/12/05/01/m3chbz-ini-alasan-remaja-dunia-kecanduan-K-Pop> (diakses pada 7 April 2020).
- <https://tirto.id/musik-K-Pop-rajai-spotify-dunia-ada-bts-blackpink-exo-eA1Z> (diakses pada 1 Maret 2020).
- <https://kumparan.com/kumparantech/alasan-main-twitter-lebih-asyik-dibandingkan-facebook-dan-instagram-1qvdDyuGOUi/full> (diakses pada 11 September 2020)