

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin & Saebani, B. A. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Agustinna, K., Purnama, H., & Abdurrahman, M. S. (2017). Strategi *Personal Branding* Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Scriptura*, 4(1), 1028–1036. Diperoleh dari <https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/download/23558/20381>
- Anam, K. (Juni 12, 2022). Instagram & Tiktok Minggir, Ini Raja Platform Sosial Media RI. Diperoleh dari [https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220612115314-37-346302/instagram-tiktok-minggir-ini-raja-platform-sosial-media-ri#:~:text=YouTube%20\(94%25\)%20dan%20Instagram,12%2F6%2F2022](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220612115314-37-346302/instagram-tiktok-minggir-ini-raja-platform-sosial-media-ri#:~:text=YouTube%20(94%25)%20dan%20Instagram,12%2F6%2F2022)
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Bagaskara, R. K. (2017) *Personal Branding Anchor Tv* Desi Anwar Dilihat dari Konsep Diri Menurut Brian Tracy. Skripsi diperoleh dari <https://repository.bakrie.ac.id/1024/7/00%20cover%20bener.pdf>
- Bass, B. M. (1990). *Theory, Research and Managerial Application* (Ed. 3rd). NY: The Free Press.
- Bungin, B (2011). *Metode Penelitian Kualitatif; Aktualisasi Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika
- Butar, C. R. B & Ali, D. S. F. (2018). Strategi *Personal Branding* Selebgram Non Selebriti. *Profesi Humas*, 2(2), 86-101. Diperoleh dari <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/12029>
- Chen, H. M., & Chung, H. M. (2017). A scale for CEO personal brand measurement. *South African journal of business management*, 48(2), 23-32. Diperoleh dari https://www.researchgate.net/publication/319007890_A_scale_for_CEO_personal_brand_measurement
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. CA: SAGE Publications.
- Datareportal. (Februari 15, 2022). Digital 2022: Indonesia. Diperoleh dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

- Elia, Y. (Januari 15, 2019). 3 Hal yang Harus Dimiliki untuk Mengembangkan Bisnis *Esports*. Diperoleh dari <https://hybrid.co.id/post/3-hal-penting-yang-harus-dimiliki-untuk-mengembangkan-bisnis-Esports>
- Faherty, F. R. (2018). Strategi Iespa (Indonesia *Esports* Association) Dalam Mengkampanyekan *Esports* Di Indonesia. Skripsi diperoleh dari <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/9745/13321091%20Skripsi.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Nawawi, H. (2006). *Kepemimpinan Mengefektifkan Organisasi*. Yogyakarta: Gadjarda Mada University Press
- Hasibuan. (2006). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Huberman & Miles. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Kartono, K. (2010). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Yogyakarta: Gava Media
- Kartono, K. (2018). *Pemimpin dan Kepemimpinan* (Edisi Revisi). Yogyakarta: Gava Media
- Khair, T. (2020). Pengaruh Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Equity, Brand Attitude, dan Purchase Intention*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 1-18. Diperoleh dari <https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/25948>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.
- Kriyantono, R. S. M. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Penada Media.
- Margono. (2007). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Mattayang, B. (2019). Tipe Dan Gaya Kepemimpinan: Suatu Tinjauan Teoritis. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 2(2), 45-52. Diperoleh dari <https://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/jemma/article/view/247>
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?*. London: iCrossing
- McNally, D. (2002). *Be your own brand*. Berrett-Koehler Publishers.

- McNally, D., & Speak, K. D. (2004). *Be Your Own Brand: Resep Jitu Meraih Personal Brand yang Unggul*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Moleong, J. L. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Nashville: Vaughan Printing.
- Pradipta, B. A. (Mei 15, 2022). SEA Games 2021, Tim *Esports* Indonesia Borong Emas dan Perak di Nomor Free Fire. Diperoleh dari <https://www.kompas.com/sports/read/2022/05/16/05000078/sea-games-2021-tim-Esports-indonesia-borong-emas-dan-perak-di-nomor-free?page=all>
- Puspita, A. T. (2019). Strategi *Personal Branding* Denny Santoso. Skripsi diperoleh dari <https://eprints.untirta.ac.id/1314/1/SKRIPSI.%20STRATEGI%20PERSONAL%20BRANDING%20DENNY%20SANTOSO%20-%20Copy.pdf>
- Rampershad, H., K. (2008). *Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM.
- Restusari, F. N. (2020). Instagram Sebagai Alat *Personal Branding* Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akunbara Pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 175-185. Diperoleh dari <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/mediakom/article/view/2340>
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rifki, B. (Januari 6, 2022). Fantastis! Jumlah Pemain *Esports* di Indonesia Capai 52 Juta Orang. Diperoleh dari <https://Esports.id/other/news/2022/01/d2ab2b971ff0dc34b54c0eaa664873f0/fantastis-jumlah-pemain-Esports-di-indonesia-capai-52-juta-orang>
- Romadhan, M. I. (2018). *Personal Branding* Jokowi dalam Mempertahankan *BrandImage* melalui Video Blog Youtube. *Journal of CommunicatrionStudies*, 3(2), 76-93. Diperoleh dari <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/MC/article/view/5446/4597>
- Rosari, R. (Maret 27, 2011). Definisi Kepemimpinan Menurut Bass: Refleksi pada Diri Penulis. Diperoleh dari <https://feb.ugm.ac.id/id/penelitian/artikel-dosen/825-definisi-kepemimpinan-menurut-bass-refleksi-pada-diri-penulis>
- Salam, O. D. (2020). *Personal Branding* Digital Natives di Era Komunikasi Media Baru (Analisis *Personal Branding* di Media Sosial Instagram). *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 19-30. Diperoleh dari <https://journal.binus.ac.id/index.php/BECOSS/article/view/6070>
- Sarwono, S.W. (2011). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Siagian, Y. M. (2007). *Aplikasi Supply Chain Management*. Jakarta: Grasindo.
- Siswanto, R. D. & Hamid, D. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada karyawan divisi Human Resources Management Compensation). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 42(1), 189-198. Diperoleh dari <https://feb.ugm.ac.id/id/penelitian/artikel-dosen/825-definisi-kepemimpinan-menurut-bass-refleksi-pada-diri-penulis>
- Taroni, D. A. (November 11, 2022). Noizze Keluar Sebagai Juara Battle of Guardians Piala Presiden *Esports* (PPE) 2022! Diperoleh dari <https://revivaltv.id/>
- Ulber, S. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Umi, N. (2008) *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap gaya Hidup Hedonis Para *Follower*-nya. *Jom Fisip*, 4(2), 1-22. Diperoleh dari <https://media.neliti.com/media/publications/188875-ID-none.pdf>
- Wasesa, S. A. (2018). *Personal Branding*. Jakarta: Noura
- Winoto, Y. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-penelitian Layanan Perpustakaan. *EduLib*, 5(2), 1-14. Diperoleh dari <https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/view/4393>