

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- McNally, David and Karl D. Speak. (2002). *Be Your Own Brand*. San Fransisco: Berret Koehler Publisher
- Montoya, Peter. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Nashville: Vaughan Printing
- Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2004). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko, Sumbo. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jakarta: Jalasutra.
- Ardianto, E., Komala, L., Karlinah S. (2017). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Sumber Lain :

1. Indriyani, Annisa Nurma. (2018). *Personal Branding Ibu Ani Yudhoyono pada Akun Instagram Pribadinya: Kajian Semiotika*. Diperoleh melalui <http://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/docId/26436> diakses pada tanggal 11 Juni 2021
2. Abshor, Mochammad Darwisul Ulil. (2019). *ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE DALAM REPRESENTASI PERSONAL BRANDING WANITA SINGLE PARENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. Diperoleh melalui <http://eprints.umsida.ac.id/5115/> diakses pada tanggal 11 Juni 2021

3. Fahlevi, Muhammad Gerry. (2019). *KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL PADA AKUN INSTAGRAM @WISHNUTAMA DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*. Diperoleh melalui <https://repository.mercubuana.ac.id/52065/> diakses pada tanggal 11 Juni 2021
4. Kominfo. (2017). *Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Diperoleh melalui https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker diakses pada tanggal 8 November 2020.