

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., Utami, A. D., Wunawarsih, I. A., Febryanti, A., Ema, Afrahamirano, Hikmah, R., Hasanah, N., & Jayadisastra, Y. (2024). *Pengantar Komunikasi Pendidikan*.
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Budi, R. (2017). Pengantar Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Jurnal Pendidikan* (Vol. 2, Issue 2).
- Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15–20. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690>
- Haberman, L. (2024). *The future of social media: 7 expert predictions for 2025*. 5 December. <https://sproutsocial.com/insights/future-of-social-media/>
- Harianti, L. (2019). PERSONAL BRANDING PEJABAT PUBLIK DI MEDIA SOSIAL (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PERSONAL BRANDING HARNOJOYO MELALUI AKUN INSTAGRAM PRIBADI @harno.joyo). *Eprint UIN Raden Fatah Palembang*, 35–37.
- Humbertus, P., Jayanti, L. G. L. E., Cuo, F. O., Laumanto, F., & Pradnya, P. C. (2022). Kecenderungan Pembentukan Inauthentic Self-Presentation Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 1707–1715.

<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6867%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/6867/5178>

Laksmiari. (2019). Bab II Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 2017*, 9–29.

Maharani, A.-Z. N., & Kusuma, A. (2023). Personal Branding K-Pop Influencer @gebysrikandii di Instagram. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 45–54. <https://doi.org/10.35326/medialog.v6i2.4355>

Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71–82.

Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 01–10. <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i2.357>

Rafiuddin, R., Abdusahid, A., Lukman, L., & Ramadhan, S. (2022). Pelatihan Personal Branding Dan Peningkatan Digital Literacy Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i1.736>

Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*.

Sholichah, M., & Febriana, P. (2022). Konstruksi Citra Diri Dalam Media Baru Melalui Aplikasi Instagram (Analisis Semiotik Postingan Instagram @Maudyayunda). *JSK: Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(1), 177–186.

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/384/2587>

Simon, M. K., & Alouini, M. (2004). Types of Communication. *Digital Communication over Fading Channels*, 2, 45–79.
<https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>

Sundaro, H. (2022). Positivisme Dan Post Positivisme: Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan Dan Perencanaan Kota Dalam Tinjauan Filsafat Ilmu Dan Metodologi Penelitian. *Modul*, 22(1), 21–30.
<https://doi.org/10.14710/mdl.22.1.2022.21-30>

Suriati, Samsinar S, & A. Nur Aisyah Rusnali. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133.
<https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

Syihabuddin, A. M., & Abadi, T. W. (2024). ANALISIS PERILAKU KOMUNIKASI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO). *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 33–41. <https://doi.org/10.31602/jm.v7i1.13816>

Utami, A. (2024). Penerapan Personal Branding “ Venny Eriska ” Sebagai Lifestyle Influencer dan Blogger Medan di Media Sosial Instagram
Implementation of Personal Branding " Venny Eriska " as a Medan Lifestyle Influencer and Blogger on Instagram Social Media. 3(3), 220–226.

<https://paperity.org/p/359974626/penerapan-personal-branding-venny-eriska-sebagai-lifestyle-influencer-dan-blogger-medan>

Yonathan, A. Z. (2025). *Warga Indonesia Gunakan Internet untuk Media Sosial*.

19 Januari 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/warga-indonesia-gunakan-internet-untuk-media-sosial-YYdqH>

Yustiawan, S. T., Lestari, B., Niaga, A., Malang, P. N., & Sosial, K. M. (2023).

PENGARUH INFLUENCER MEDIA SOSIAL DAN KONTEN MEDIA SOSIAL. 160–168.