

DAFTAR PUSTAKA

- Amartha. (2021). *6 Citra Negatif yang Melekat pada Generasi Z*. Amartha.
<https://amartha.com/blog/pendana/money-plus/6-citra-negatif-yang-melekat-pada-generasi-z/>
- Aulia, H. (2023). *PRESENTASI DIRI @RIANFAHARDHI SEBAGAI PRESIDEN GEN-Z DI MEDIA SOSIAL TIK TOK [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA]*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72959>
- Bayu, D. J. (2021). *Indonesia Didominasi Milenial dan Generasi Z*. Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/6014cb89a6eb7/indonesia-didominasi-milenial-dan-generasi-z>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*.
- Fadliansyah, H. (2024). *Personal Branding Gen Z di Era Digital*. Times Indonesia.
https://timesindonesia.co.id/kopi-times-forum-mahasiswa/498130/personal-branding-gen-z-di-era-digital#google_vignette
- Gulo, R. P. (2023). Peran Generasi Z dalam Mengekspansi Misiologi di Era Society 5.0. *Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 2(1), 120–125.
<https://doi.org/10.56854/pak.v1i1.210>
- Hussein, Adnan; Birowo, Mario Antonius; Zubair, A. (2011). *Mix Methodology Dalam Penelitian Komunikasi*.
- Ievansyah; Sadono, T. P. (2018). *PERSONAL BRANDING DALAM KOMUNIKASI SELEBRITIS (STUDI KASUS PERSONAL BRANDING ALUMNI ABANG NONE JAKARTA DI MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM”)*. 4(2), 149–162.
<http://journal.ubm.ac.id/>
- Kasali, R. (2017). *Strawberry Generation*. Mizan Digital Piublishing.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Widya Padjdjaran.
- Mellisa, M., & Tamburian, H. H. D. (2020). Analisis Personal Branding Selebgram Vincent Raditya di Instagram. *Prologia*, 4(2), 215–220.
<https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6486>
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Personal Branding Press.
https://www.academia.edu/12593958/The_Personal_Branding_Phenomenon_By_Peter_Montoya
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keyword=s=
- Susanto, R. (2009). *BRAND EQUITY YANG DIBANGUN MELALUI PERSONAL*

BRANDING STUDI KASUS: RHENALD KASALI DENGAN MMUI DAN HERMAWAN KARTAJAYA DENGAN MARKPLUS.

Widiawati, A., & Karim, R. (2023). *Paradigma Penelitian: Pengertian, Jenis dan Contoh*. Deepublish Store. <https://deepublishstore.com/blog/paradigma-penelitian/#Kesimpulan>