

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). Peranan media sosial modern.
- Ardiansyah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). TikTok sebagai media personal branding melinda rohita. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 169-180.
- Arianto, B. (2024). Pemasaran Media Sosial. 10.70310/cqw40j81.
- Arisandy, T. M. (2025). *TikTok Capai 1,59 Miliar Pengguna di 2025, Indonesia Nomor Dua Terbanyak!*. Daily Notif. https://www.dailynotif.com/artikel/87714636041/tiktok-capai-159-miliar-pengguna-di-2025-indonesia-nomor-dua-terbanyak?utm_source=chatgpt.com
- Budiono, T. (2023). Pelatihan Manajemen Konten Digital di SMK Negeri 1 Karimunjawa. *Jurnal Atma Inovasia*, 3(4), 369-373.
- buku nandang limakrisna manajemen pemasaran
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., ... & Nugroho, A. (2023). *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., ... & Nugroho, A. (2023). *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi industri kuliner di yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun tiktok javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Dixon, J. S. (2025). *Global social networks ranked by number of users*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Duarte, F. (2023, Juni 13). *TikTok demographics: User statistics & trends*. Exploding Topics. <https://explodingtopics.com/blog/tiktok-demographics>

- Erislan, E. (2024). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital.
- Fadeli, M., Fitriawardhani, T., & Oktavianto, M. A. (2023). Proses Penataan Pesan Digital Content Pada Akun Sosial Media (Facebook & Instagram) Klinik Kecantikan Lalita Sidoarjo Dalam Menjangkau Konsumen Di Usia 25–40 Tahun. *INTELEKTUAL (E-Journal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi)*, 10(1), 60-73.
- Fadeli, M., Fitriawardhani, T., & Oktavianto, M. A. (2023). Proses Penataan Pesan Digital Content Pada Akun Sosial Media (Facebook & Instagram) Klinik Kecantikan Lalita Sidoarjo Dalam Menjangkau Konsumen Di Usia 25–40 Tahun. *INTELEKTUAL (E-Journal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi)*, 10(1), 60-73.
- Felix, A., Briyanti, D. O., Young, F. M., Livaro, I., & Wijaya, W. (2023). Strategi identitas digital: analisis personal branding di platform tiktok. *Jurnal Digital Media Dan Relationship*, 5(2), 92-100.
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2021). Personal Branding Konten Kreator Melalui Citra Diri Mahasiswa Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun@Jeromepolin). *Jurnal Media Penyiaran*, 1(2), 117-123.
- Hasniaty, & Harto, Budi & Rengganawati, Hana & Rukmana, Arief. (2023). SOCIAL MEDIA MARKETING.
- Hasniaty, & Harto, Budi & Rengganawati, Hana & Rukmana, Arief. (2023). SOCIAL MEDIA MARKETING.
- Herman, H. manajemen pemasaran modern. *manajemen pemasaran modern*.
- https://www.researchgate.net/publication/382060598_Teknik_Pengumpulan_Data_Penelitian
- Iba, Z & Wardhana, A. (2024). Teknik Pengumpulan Data Penelitian.
- Kanasan, M., & Rahman, T. A. (2024). Personal branding in the Digital era: Social media strategies for graduates. *Journal of Communication*, 5(1), 40-59.
- Kepios. *Global Social Media Statistics*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/social-media-users>

- Kromalcas, S., Kraujalienė, L., & Ževžikovas, G. (2024). The influence of personal brand communication on consumers. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 95-107.
- Kukuh, S. (2023). TIKTOK SEBAGAI MEDIA PERSONAL BRANDING MELINDA ROHITA. pdf.
- Kusuma, Y., & Prabayanti, H. R. (2022). Content Creator Yang Berkarakter Berdasarkan Analisis Video Youtube Ningsih Tinampi. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 210-225.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, A. S., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., ... & Aman, H. H. (2022). Manajemen Pemasaran. *Strategy Cita Semesta*.
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49, 51-70.
- Lois, D., & Candraningrum, D. A. (2021). Personal branding content creator di media sosial instagram. *Koneksi EISSN*, 2598(0785), 5.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi kerja content creator di era digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Mandira, I. M. C., & Carey, K. D. Y. (2023). Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *MBIA*, 22(1), 65-74.
- Mandira, I. M. C., & Carey, K. D. Y. (2023). Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *MBIA*, 22(1), 65-74.
- Mellisa, M., & Tamburian, H. D. (2020). Analisis Personal Branding Selebgram Vincent Raditya di Instagram.
- Nasution, A. F. (2023) Metode Penelitian Kualitatif. Harfa Creative, Bandung.
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif.
- PENGARUH PERILAKU REMAJA DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP AKTUALISASI DIRI Diajukan Oleh : Nama : Devi Irna Kusuma Dewi Nim : 2017-41-001 Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

- Permadi, R. N., Sari, M. R., & Prawitasari, N. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai platform utama pemasaran produk UMKM. *Avant Garde*, 10(1), 15.
- Prabawa, D. G. A. P., & Restami, M. P. (2022). *Efektivitas Konten Digital Menggunakan Prinsip Segmentasi di Sekolah Dasar. Mimbar Ilmu*, 27 (1), 72–80.
- Putri, F. A. T., & Priansa, D. J. (2024). Pengembangan Konten Personal Branding Melalui Akun Instagram yang dilakukan oleh Bunda Ayu Tjiptaningsih Sebagai Wakil Bupati Cirebon. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(1), 500-508.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). MEDIA SOSIAL (DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713-2724.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal penelitian bidang IPA dan pendidikan IPA*, 6(1), 41-53.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Susilawati, E., Nurhayati, A. S., Kemendikbud, P., Re, J., & Km, M. (2020). Utilization of Digital Content of Learning Sources Center (Lrc) in School of Pass Receiver Assistance Devices of Psb (Psb) pada Sekolah Rintisan Penerima Bantuan. *Jurnal Pendidikan*, Vo. 21, No, 77–93. <https://doi.org/10.33830/jp.v21i2.954.2020>.
- Sutoyo, M. D. (2020). *Penerapan Personal Branding Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Selebgram Beauty Yogyakarta di Media Sosial* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Syaifudin, A. A., & Narto, S. (2023). Membangun personal branding dan kemampuan public speaking untuk pengembangan karir masa depan pemuda. *Abdi Makarti*, 2(2), 127-135.
- Uddin, B., Liani, N., Cahyani, I., Fakultas, S. I., Komputer, I., Unggul, U. E., ... & Jeruk, K. (2024). Peran Media Sosial TikTok dalam Membentuk Perilaku

Remaja: Tinjauan dari Perspektif Teknologi Informasi. *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 7, 34-38.

Wibowo, A. (2023). PEMASARAN melalui INFLUENCER (Marketing via Influencer). *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-154.

Widodo, P. W. (2025). *Populasi Dunia Tembus 8,09 Miliar Jiwa di Hari Pertama Tahun 2025*. kontan.co.id.
https://internasional.kontan.co.id/news/populasi-dunia-tembus-809-miliar-jiwa-di-hari-pertama-tahun-2025?utm_source=chatgpt.com

Yusanda, A., Darmastuti, R. ., & Huwae, G. N. . (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>