

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Amelia & Saiful (2022), Analisi Self-Presenting Dalam Teori Dramatugri Erving Goffman Pada Tampilan Instagram Mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*. Vol. 1, No. (2), 173-187
- Arasid, I.M. et al., (2022). Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*. Vol. 1 No. (8). pp.62-77.
- Bekasi MAJU Ala Bang Heri Koswara. (2024). (www.youtube.com/@radar_bekasi, diakses 2 Juli 2024).
- Beno J. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi Pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Pesero) Cabang Teluk Bayur). *Saintek Maritim*, 22(8.5.2017), 2003–2005. www.aging-us.com
- Cahyono, A. S. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Akademika Publiciana*, Vol. 5 No. (2), 202-225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Dharma Putra, O., Armawati Sufa, S., & Ratnasari, E. (2022). Political Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial @ganjar_pranowo. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Dan Ilmu Komunikasi*, Vol. 8 No. (2), 1–16. <https://doi.org/10.33084/restorica.v8i2.3334>
- Figurska, I. (2016). Personal branding as an element of employees' professional development. *Human Resources Management and Ergonomics*, Vol. 10 No. 2, 33-47
- Ganis, Matius; Kohirkar, Avinash (2015). *Analisis media sosial: Teknik dan wawasan untuk Mengekstraksi Nilai Bisnis dari Media Sosial*. New York: IBM Pers. hal.40-137. ISBN 978-0-13-389256-7
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., et al. (2020). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Hardika, J., Noviekayati, I. G. A. A., & Saragih, S. (2019). Hubungan self-esteem dan kesepian dengan kecenderungan gangguan kepribadian narsistik pada remaja

- pengguna sosial media instagram. *Psikosains: Jurnal Penelitian dan Pemikiran Psikologi*, Vol. 14 No. (1), 1-13.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Helaluddin., & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif, Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologi Jaffray
- Hermanto, B., & Rasul, N. (2023). Personal Branding Airlangga Hartarto Dalam Membangun Elektabilitas Sebagai Calon Presiden. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 6 No. (2), 484–495.
- Hidayatullah, Gusti, R. (2023). *Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Nedia Sosial (Analisis teori Peter Montoya Pada Akun Instagram @ganjar_Pranowo)*. Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Kaharuddin. (2021). Equilibrium: Jurnal Pendidikan Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, Vol. 9 No. (1), 1–8. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>.
- Koswara, H. (2024). *Profil Heri Koswara*. Diakses pada 22 Juni 2024 dari <https://herikoswara.com/>.
- Koswara, H. (2024). Akun Instagram @bangherikoswara. Diakses pada 26 Juni 2024 dari www.instagram.com/bangherikoswara/.
- Maria, O. (2023). Analisis Personal Branding Ganjar Pranowo melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Inovatif*, Vol. 3 No. (2), 525–536. <https://doi.org/10.54082/jupin.193>.
- Matamaya, (2023). 4 Jenis Influencer Berdasarkan Followers Media Sosial. dari <https://matamaya.id/article/influencer-marketing-indonesia/4-jenis-influencer-berdasarkan-followers-media-sosial>.
- Medero, R. (2020). Democratization in Political Communication. *Political Studies Review*. Vol. 4 No. (19). <https://doi.org/10.1177/1478929920924930>.
- Mekarisce, A.A. (2020). “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat”, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12 (3), 147.
- Muzakki, A.R. (2023) *Pemanfaatan media sosial instagram dalam pembentukan*

- personal branding Dr. Tri Adhianto Tjahyono*. Sarjana (S1) thesis, Universitas Islam "45" Bekasi
- Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Peter Montoya Incorporated
- Nasrullah, R. (2021). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- M Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Raharjo, F. S. (2019). *The master book of personal branding: Seni membangun merek diri dengan teknik berbicara*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Rohmadi, A. (2016). *Tips produktif ber-social media*. Elex Media Komputindo. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Royani, S. F., & Rusdiana, J. (2023). Personal Branding Calon Legislatif Generasi Z Melalui Instagram: Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @ muhammadshoma manusia sehari-hari. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 11 No. (02), 241–259.
- Patel, N. & Agius, A. (2014). *The complete guide to building your personal brand*. (Online). Available at: <http://www.quicksprout.com/thecomplete-guide-to-building-your-personal-brand/>
- Sawlani, D. K., & SE, M. (2021). *Digital marketing: brand images*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Street, J. (2020). Popular culture and political communication. *Journal Comunicazione Politica*. Vol. 1 No, (21). DOI: 10.3270/96428.
- Sugiyono, (2015). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r & d*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suhaimi, (2023). Instagram Sebagai New Media Untuk Membangun Personal Branding. *Jurnal Media Public Relations*, Vol. 3 No. 1, 53–63. <https://doi.org/10.37090/jmp.v3i1.976>

- Suyati, S. (2021). Dampak Media Sosial Terhadap Konflik di Masyarakat. *Petik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 30-36. DOI:10.31980/jpetik.7i1.960
- Tamimy. (2017). *Sharing-mu, personal branding-mu*. Jakarta: visimedia
- Wardani, S. Y., Pramana, G. I., & Mertha, A. A. S. M. M. J. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Personal Branding Calon Legislatif Provinsi Bali 2019. *Jurnal Nawala Politika: Jurnal Ilmu Politik*, Vol. 1 No. (2), 1–10. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/politika/article/view/69818>
- Yonatan A. Z. (2023) Diakses pada 14 Januari 2024 dari <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>
- Yunitasari, Cindy & Japarianto, (2013), Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding Dari C.Y.N, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1 No.(1), <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=193510&val=6507&title=Analisa%20FaktorFaktor>
- Zuhri, S. & Nurjannah, D. A. (2022). Strategi Personal Branding Bupati Kabupaten Pacitan@ inb_indratanurbayujaji di Instagram. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol. 9 No. (7), 2645-2649.