

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, T. W., & Satvikadewi, A. A. I. P. (2020). Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad). *Representamen*, 6(01). <https://doi.org/10.30996/representamen.v6i01.3519>
- Christanisa, S. (2021). Analisa Faktor-Faktor Dalam Membangun Personal Branding Seorang Influencer. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 380–391. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.292>
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Hanindharputri, M. A., & Putra, I. K. A. M. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand). *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain.*, 1(29), 335–343. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/73>
- Hermawan, D. (2018). Content creator dalam kaca mata industri kreatif: Peran personal branding dalam media sosial. *E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*, 1, 1–12. https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content_creator_p.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hidayat, R. (2018). *Strategi Personal Branding Pada Praktisi Industri Kreatif*. 1–13.
- Ivelina, T. (2023). Strategi Content Creator Dalam Memproduksi Konten Kreatif pada Platform Media Sosial Likee. *Universitas Telkom, S1 Ilmu Komunikasi*. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/185901/slug/strategi-content-creator-dalam-memproduksikonten->

kreatif-pada-platform-media-sosial-likee.html

- Kurniawan, N., & Gabriella, S. (2020). Personal branding sebagai komodifikasi konten pada akun youtube rahmawati kekeyi putri cantika. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 02(01), 27–45.
- Lois, D., & Candraningrum, D. A. (2021). Personal Branding Content Creator di Media Sosial Instagram. *Koneksi*, 5(2), 329. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10331>
- Medina Putri Utami. (2022). Self Branding of Content Creator Tiktok (Studi Netnografi : Analisis Konten pada Aplikasi TikTok). *Skripsi*, 1–83.
- Moudy, C. D., & Winduwati, S. (2023). Strategi Personal Branding Kreator Konten TikTok dalam Mengembangkan Citra Diri Positif. *Kiwari*, 2(2), 215–221. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.24001>
- Murniati, M., Sulisty, S., & Yudiono, U. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 4(2), 1–6. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v4i2.3908>
- Octavia Isroissholikhah, W. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121–128. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>
- Puspita, D. A. (2022). Personal Branding terhadap Sosial Media. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 856–871. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4503>
- Rukmini, R., Nawar, J., Safina, W. D., & ... (2022). Pengaruh Komitmen Organisasional, Kepuasan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Layanan Pegawai di Dinas Tanaman Pangan Dan Hortikultura *Jurnal AKMAMI ...*,

3(3), 433–448.
<http://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/724>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Alfabeta CV.

Sugiyono. (2018). Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Sulistianto, T., Rahmawati, S., & Kartika, L. (2022). Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi Content Creator Sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 698–702. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i4.409>

