



DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). *Personal Branding Remaja di Era Digital*. Universitas Tidar, Magelang. Retrieved Juli 20, 2021, from <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/3626>
- Andrey Wibowo, F. (2019). *Analisis Personal Branding Youtuber Gim (Studi Fenomenologi Michael Souw)*. Retrieved Juli 23, 2021, from <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6132>
- Anugrah, E. A. (2019). *Bentuk Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Joko Widodo Melalui Akun Instagram @Jokowi)*. Medan. Retrieved Juli 15, 2021, from <http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/33027/140904198.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arikunto S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arruda, William, K. D. (2007). *Career Distinction: Stand Out by Building Your Brand*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Brien, T. O. (2007). *The Power of Personal Branding: Creating Celebrity Status with Your Target Audience*. Mendham Publishing; 1st Edition.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Kompas Gramedia. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Budiningsih, N. (2015). *Pengaruh big five personality dan religiusitas terhadap agresivitas pada santriwan dan santriwati SMA La Tansa Banten*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Budiyono, K. (2007). *Nilai-nilai kepribadian dan kejuangan bangsa Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Cangara, H. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Cervone D. & Pervin L.A. (2012). *Kepribadian: Teori dan Penelitian Buku 2*.

Creswell J.W. (2014). *Research Design: Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*.

Eva Wulandari, A. P. (2020). *Analisis Tindak Tutur Representatif Dalam Video “Trik Cepat Jawab Soal Matematika Bahasa Inggris Versi Jerome!” Pada Saluran Youtube Jerome Polin*. Semarang: Universitas Negeri Semarang. Retrieved Juli 30, 2021, from file:///C:/Users/user/Downloads/45120-Article%20Text-123652-1-10-20210321%20(1).pdf

Fieldman, R. S. (1993). *Essential of Understanding Psychology*. New York: Mc GrawHill.

Frischmann, R. M. (2014). *Online Personal Brand: Skill Set, Aura, and Identity*. USA: Create Space Independent Publishing Platform.

Haroeh, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia.

Iryani, A. D. (2013). *Personal Branding Jokowi dalam Media*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Retrieved Juli 15, 2021, from http://eprints.ums.ac.id/25676/15/Naskah_Publikasi.pdf

Jeffry. (2019). *Pengaruh Konten Youtube dan Representasi Diri Terhadap Tingkat Citra Basuki Tjahaja Purnama (Ahok)*. Tangerang: Universitas Media Nusantara. Retrieved Agustus 4, 2021

Jess Feist, G. J. (2006). *Theories of Personality Sixth Edition*. United States: McGraw-Hill Companies. Inc.

Kapferer, J. N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advance Insight and Strategic Thinking*. London: Kogan Page.

Kartajaya, H. (2009). *New Wave Marketing, The World is Still Round The Market is Already Flat*. Jakarta: Gramedia.

Kotler, P. d. (2001). *Principles of Marketing. Ninth Edition, Prentice Hall Inc*. New Jersey: Upple Saddle River.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kriyantono, R. (2016). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Lawrence A. Pervin, O. P. (2001). *Personality Theory & Research*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Lestari, T. (2021). *Pesan Edukasi Dalam Konten Battle Di Kanal YouTube Nihongo Mantappu (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*. IAIN Ponorogo. Retrieved Agustus 25, 2021, from <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/13206>

Moleong, L. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. .

Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nastiti, L. W. (2016). *Bentuk Personal Branding melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Saptuari Sugiharto melalui akun twitter pribadi @saptuari)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Natasha Putri Tumakaka, S. D. (2019). *Personal Branding Rachel Goddard Sebagai Beauty Travel dan Parody Vlogger*. Jatinangor: Universitas Padjadjaran. Retrieved Juli 21, 2021, from <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2134>

Nuraini, I. (2020). *Komunikasi Nilai Budaya Oleh Museum Batik Dalam Memperkuat City Branding Kota Pekalongan*. Jakarta: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pervin L.A., Daniel C. (2012). *Kepribadian: Teori dan Penelitian Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika

Philip Kotler, A. (2010). *Advertising Is Any Paid Form Of Non Personal Presentation Promotion Of Ideas ,Goods or Services By An*. New York: Marketing Management.

Pratama, A. (2012). *Pengaruh Kompensasi Lingkungan Kerja dan Beban Kerja Terhadap*

Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Loyalitas Karyawan Melalui Kepuasan kerja (Studi kasus Pada Karyawan PT Kawasan Berikat Nusantara Persero Jakarta). Jakarta. Retrieved September 6,

2021, from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/7304>

Pricyllia, S. (2018). *Personal Branding Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Aulion)*. Retrieved Juli 19, 2021, from [https://www.semanticscholar.org/paper/personal-branding-melalui-instagram-\(Studi-pada-Pricyllia/06246b8c95cbf7dcdd49d54743cb1e4f547927ff](https://www.semanticscholar.org/paper/personal-branding-melalui-instagram-(Studi-pada-Pricyllia/06246b8c95cbf7dcdd49d54743cb1e4f547927ff)

Putri, S. W. (2021). *Pengaruh Konten Youtube Nihongo Mantappu Terhadap Keputusan Audience Dalam Melakukan Subscribe*. Bandung: Telkom University. Retrieved Agustus 3, 2021

Ramdhani, N. (2012). *Adaptasi Bahasa dan Budaya Inventori Big Five* (Vol. 39). *Jurnal Psikologi*. Retrieved Juli 29, 2021, from <https://jurnal.ugm.ac.id/jpsi/article/download/6986/5438>

Robert R. McCrae, P. C. (1997). *Personality Trait Structure as a Human Universality* (Vol. 52). *American Psychologist*.

Sarah Isabella Silaban, S. D. (n.d.). *Personal Branding Yulia Batlschun Sebagai Diet Vlogger Melalui Youtube*. Universitas Padjadjaran. Retrieved Juli 25, 2021, from <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/672>

Sayugi (2018). *Pengertian Content Creator*. Malang: Binus.ac.id.

Sayugi. (2018). *Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif : Personal Branding Dalam Media Sosial*. Retrieved Agustus 10, 2021, from http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content%20creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sinaga. (2018). *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Malang: Universitas Brawijaya. Retrieved Juli 28, 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Soraya, I. (2017). *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta*. Retrieved Juli 20, 2021, from <https://doi.org/10.31294/jkom.v8i2.2654>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta 76.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukasih Ratna Widayanti, K. K. (2019). *Analisis Pragmatik pada Fungsi Tindak Tutur dalam Film Karya Walt Disney*. *Prasasti: Journal of Linguistics*. Retrieved Agustus 5, 2021, from <https://jurnal.uns.ac.id/pjl/article/view/25992/24615>
- Sunyo, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Suyanto. (2015). *Metodologi Penelitian Cross Sectional*. Klaten: Boss Script.
- Suyanto, B. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media.
- Syamsu Yusuf, J. N. (2011). *Teori Kepribadian*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Wang J, J. L. (2012). *The relationships among the Big Five Personality factors , self-esteem, narcissism , and sensation-seeking to Chinese University students, uses of social networking sites (SNSs)*.
- Yin, R. K. (2013). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yulianta, N. (2007). *Dasar – Dasar Humas (Diktat)*. Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.