

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, M. A. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding Calon Legislatif DPR RI @Karmilagafar. Skripsi.
- Fajriati, D. S. (2020). Instagram Sebagai Media Sosial Untuk Membangun Personal Branding di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia.
- Fajriati, D. S. (2024). Instagram Sebagai Media Sosial Untuk Membangun Personal Branding di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Digital*, 2(4), 10-22.
- Harbiyanto, A., & Bungalia, E. R. (2023). Strategi Personal Branding Mahasiswa dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*.
- Isnaini, M. (2024). Pendekatan Uses and Gratification Theory pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Teknologi*, 12(2), 67-80
- Issa Putra, R. R., Khairunnissa, A. N., & Maulidia, A. F. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Personal Branding pada Akun @belinda.firdaa. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(2), 55-67.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, Dr. (2024). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1-12.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2024). Instagram Sebagai Alat Personal Branding dalam Membentuk Citra Diri: Studi pada Akun Bara Pattiradjawane. *Jurnal Komunikasi dan Media Sosial*, 5(3), 40-55.
- Saputra, A. (2024). Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications.
- Saputra, A. R., Ma'ruf, D. K. S. P. (2020). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1-15.
- Sinaga, W. K. (2022). Pemanfaatan Instagram dalam Membentuk Personal Branding Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Personal Branding pada Mahasiswa Fikomm di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1), 26-34.

- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal SCRIPTURA*.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2024). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram: Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana. *Jurnal Komunikasi*, 3(2), 23-35.
- Akbar, E.A. (2022). Pengaruh Informasi Media Sosial *Instagram* Kepada Anggota Sat Resnarkoba Polres Ponorogo Tentang Covid-19 Di Polres Ponorogo [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. Perpustakaan UMPO.
- Putri, C.F.E. (2022). Pengaruh Tren Tagar #Racunshopee Pada *Platform* Media Sosial Tiktok Terhadap Konstruksi Kepribadian Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun Angkatan 2018 [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. Perpustakaan UMPO.
- Kurniawati, A. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Iklan Koran Radar Madiun [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. Perpustakaan UMPO.
- Diyanti, Z.T.N. (2023). Pengaruh Budaya *Korean Popular Music* (Kpop) Terhadap Gaya Hidup *Impulsive Buying* Pada Fans (Studi Kasus Komunitas K-Popers Madiun) [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. Perpustakaan UMPO.
- Nabiilah Wafaa, Shindy. (2020). Pengaruh komunikasi influencer Instagram terhadap keberhasilan promosi digital di PT Kibar AVG Internasional. Skripsi, Universitas Satya Negara Indonesia.
- Magfirah. (2019). Pengaruh komunikasi politik terhadap partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan gubernur Sulawesi Selatan tahun 2018 di Kota Makassar. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar.