

DAFTAR PUSAKA

BUKU

- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajagrafindo.
- Anang, F. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV Penerbit Qiara Media.
- Astono, A. D. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Buku Ajar Perkuliahan*. Cahya Ghani Recovery.
- Burhan, B. (2020). *Social Research Methods*. K E N C A N A.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Badan penerbit.
- Haroen, D. (2014). *PERSONAL BRANDING*. PT Gramedia Pusaka Utama.
<https://books.google.co.id/books?id=iKBLDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl>
- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). *Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif "Epistemologi Islam"*.
- Kasemin, K. (2016). *Paradigma Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi (1st ed.* Media Nusa Creative.
- Nugroho. (2014). *Hallyu in Indonesia. The global impact of South Korean popular culture: Hallyu unbound*.
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding* (F. Husaini (ed.)). QUADRANT.
- Sarmini, Rafii, A. I., & Rizaq, A. D. B. El. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jejak Pustaka.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, personal branding-mu: Menampilkan image diri dan karakter di media sosial*. VisiMedia.

JURNAL DAN HASIL PENELITIAN

- Afrilia, A. M. (2018). *Personal branding remaja di era digital*. Mediator: Jurnal Komunikasi, 11(1), 20-30.
- Arafah, S., Miko, J., & Syafitri, E. (2022). *Implementasi personal branding dalam meningkatkan kredibilitas jiwa entrepreneurship di era digital*. DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 119-123.
- Bagas, S. (2022). *PENGARUH AKUN INSTAGRAM @YAMAHAINONESIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YAMAHA NMAX 155 (Survey pada followers akun Instagram @yamahainonesia)*.
- Cindie, S., & Desy, M. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*.
- Dyas, P. R. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS INFLUENCER PADA INSTAGRAM CLEO OXYGEN DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS*.
- Hendriyana Junedi, A. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI*

- PERSONAL BRANDING SELEBGRAM @OKVITAANDINI*. UIN Suska Riau.
- Luthviana, S. (2019). *Kepentingan Diplomasi K-Pop Korea Selatan Terhadap Indonesia dalam Bidang Ekonomi dan Sosial Budaya Tahun 2015-2018 (Bachelor's thesis, FISIP UIN Jakarta)*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/49400>
- Meuthiya, A. (2017). *IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN MUSYARAKAH MUTANAQISAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG KUDUS (STUDI TERHADAP PEMBIAYAAN RUMAH)*. 2017.
- Mustaqimah, N., & Rahmah, A. H. (2022). *Peran Digital Influencer dalam Memberikan Edukasi Pemilihan Produk Kecantikan pada Akun Instagram@ dr. richard_lee*. *Journal of Communication and Society*.
- Mutiah, T., & A Rafiq. (2021). *Instagram Media Baru Penyebaran Berita (Studi Pada Akun @feydown_official)*.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). *Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia*. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/3056>
- Personal Branding Vina Muliana melalui Media Sosial TikTok (Analisis Isi Kualitatif Akun TikTok@ vmuliana) (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement*.
- Sabila Zahra. (2019). *PENGGEMAR BUDAYA K-POP (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya)*. *Skripsi thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA*.
- Liu Chenyue. (2023). *The Research on the Influence of KPOP (Korean Popular Music) Culture on Fans*
- SUMBER DARING**
- Soraya, R., & Jannah, S. R. (2017). *Penerimaan Peer Group Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Keperawatan*, 2(3), 1–8.
- Alifia, R. N. (2023). *Negara Yang Paling Banyak Streaming Lagu K-pop Tahun 2023, Indonesia Ranking 3, Korea Ranking 4*. *TribunNews*. <https://jogja.tribunnews.com/amp/2023/10/28/7-negara-yang-paling-banyak-streaming-lagu-k-pop-tahun-2023-indonesia-ranking-3-korea-ranking-4>
- Doyle, Alison (2021). *How to Brand (or Rebrand) Yourself for the Job You Want*. <https://www.liveabout.com/how-to-brand-yourself-for-the-job-you-want-4583968>
- Anjani, R. (2020). *Mengenal Pink Panda, Grup Dance Cover Blackpink dari Indonesia yang Trending*. *Detik.Com*. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5110964/mengenal-pink-panda-grup-dance-cover-blackpink-dari-indonesia-yang-trending>
- Dela, P. (2023). *Personal Branding: Definisi, Manfaat, Cara Membangunnya*. <https://ikom.umsida.ac.id/personal-branding-pengertian-manfaat-cara-membangun/>
- Hartini, H. I., & Charlina, C. (2017). *Kesantunan Berbahasa dalam Komentar Caption Instagram*.
- Kumparan. (2022). *Biodata Natya Shina, Selebgram yang Tengah Viral di Media Sosial*. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/biodata-natya-shina-selebgram-yang-tengah-viral-di-media-sosial-1xGclDl4Qj9/4>
- MinyunGaza, M. (2019). *9 K-Pop influencer Indonesia ini nambah wawasan budaya populer Korea*. <https://www.brilio.net/creator/9-k-pop-influencer-indonesia-ini-nambah-wawasan->

budaya-populer-korea-a396ec.html

Mutmainah. (2021). *Setiap perilaku atau tren baru dalam industri K-pop sering kali mempengaruhi preferensi konsumen di berbagai sektor, menciptakan pola interaksi yang kompleks antara penggemar, artis, dan perusahaan.* Universitas Islam Negeri.

Sproutsocial. (2023). *What is influencer marketing: How to develop your strategy.* <https://sproutsocial.com/insights/influencer-marketing/>

Surya, A. (2017). *No Tiffani Afifa, Dokter yang Juara Kpop World Festival.* Kumparan.Com. <https://kumparan.com/AjiSurya/tiffani-afifa-dokter-yang-juara-kpop-world-festival/1>

