

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. (2013). *Strategi Belajar Mengajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Z. (2012). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ayu, P. M. (2020). Personal branding melalui media sosial pada mahasiswa komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 4(1), 34–44.
- Bungin, B. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dewi, R. K. (2020). Strategi personal branding mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja. *Jurnal Komunikasi Mahasiswa*, 5(2), 112–119.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Erina, A. (2023). Perkembangan AI di berbagai bidang. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Digital*, 6(1), 1–10.
- Febriani, L. N. (2021). Strategi personal branding selebgram dalam membangun eksistensi diri. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 8(1), 44–53.
- Fuad, M. (2006). *Kewirausahaan: Pengantar untuk Mahasiswa dan Umum*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gibran, M. A. (2020). Personal branding melalui konten YouTube dalam membentuk identitas digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 2(1), 66–75.
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ismail, M. (2020). Media sosial sebagai ruang kerja kreatif generasi Z. *Jurnal Kajian Media*, 4(2), 88–97.
- Jamalus. (1988). *Pengajaran Musik*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

- Julinar, F. (2019). Strategi komunikasi personal branding penyanyi dangdut melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 34–42.
- Kurniawan, R. (2021). Strategi personal branding konten kreator dalam membangun kepercayaan audiens. *Jurnal Komunikasi Visual*, 5(1), 25–33.
- Lubis, A. Y. (2021). Representasi personal branding pada konten TikTok mahasiswa komunikasi. *Jurnal Kajian Media Sosial*, 3(2), 58–67.
- Maulana, A. (2020). Strategi komunikasi digital dalam membangun citra diri. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Digital*, 3(2), 40–49.
- Montoya, P. (2002). *The Brand Called You: The Ultimate Brand-Building and Business Development Handbook to Transform Anyone into an Indispensable Personal Brand*. Personal Branding Press.
- Nugroho, R. A. (2022). Citra diri dan personal branding generasi Z di media sosial. *Jurnal Komunikasi Millennial*, 2(1), 18–27.
- Oktaviani, F. (2020). Personal branding selebgram melalui strategi konten visual di Instagram. *Jurnal Komunikasi Visual dan Desain*, 4(1), 22–31.
- Peter, I. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Personal Branding Institute.
- Pertiwi, D. A. (2021). Strategi konten kreator dalam membangun personal branding di TikTok. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 6(2), 88–95.
- Ridwan, M. (2015). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, S. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rohmani, A. (2021). Strategi personal branding mahasiswa dalam dunia kerja digital. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 6(2), 103–112.
- Rusman. (2012). *Model-Model Pembelajaran: Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Salim, P. (1991). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Sutrisno, B. (2019). Personal branding melalui media sosial: Studi pada mahasiswa komunikasi. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 4(1), 51–59.
- Taufik, M. (2021). Strategi komunikasi digital dalam membentuk personal branding. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 5(2), 29–38.
- Thérèse, M. (2022). Mengapa generasi milenial memilih bekerja sebagai freelancer?. *Jurnal Ekonomi dan Sosial Modern*, 4(1), 11–19.
- Tarigan, H. G. (1986). *Menulis sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Utami, E. P. (2019). Branding dan strategi pemasaran diri pada freelancer Indonesia. *Jurnal Pemasaran Digital*, 2(3), 55–67.
- Widiyarti, R. (2023). Keterampilan menulis mahasiswa komunikasi melalui pendekatan grafologi dan kosa kata. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 9(1), 80–89.
- Wulandari, D. P. (2020). Representasi identitas digital melalui personal branding di media sosial. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Digital*, 4(2), 99–107.
- Yulianti, R. (2022). Citra diri dan eksistensi selebgram dalam konten digital. *Jurnal Komunikasi Sosial Media*, 3(2), 115–123.
- Zahra, M. (2020). Strategi personal branding melalui platform digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Media dan Komunikasi Digital*, 5(1), 17–25.