

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, M., Suriansyah, A., & Rafianti, W. R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri pada Generasi Z. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(4), 2279–2289. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i4.634>
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Anjani, F., Rizar Nugroho, D., & Darjatul Ulya, E. (n.d.). Pemanfaatan Tiktok Sebagai Personal Branding Bagi Mahasiswa Gen Z. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 2025. Retrieved <http://cerdika.publikasiindonesia.id/index.php/cerdika/index>
- Aristawati, A. R., Meiyuntariningsih, T., Cahya, F. D., & Putri, A. (2021). EMOTIONAL INTELLIGENCE DAN STRES PADA MAHASISWA YANG MENGALAMI QUARTER-LIFE CRISIS. In *Jurnal Psikologi Konseling* (Vol. 19, Number 2).
- Aulia, N., Gunawan, W., Yunita, D., & Studi Sosiologi, P. (2024). *Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro_Yustina) Self-Image Formation Process Through Instagram Social Media (Case Study On Selebgram Account @Roro_Yustina)*. <https://doi.org/10.33369/jsn.10.1>
- Fatony. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Membangun Citra Budaya Lokal: Studi pada Akun Media Sosial Pemerintah Daerah. *Jurnal Studi Multidisiplin Indonesia Global*, 1(1), 27–33. <https://doi.org/>
- Febiola, S., & Satiadarma, M. (n.d.). Phronesis: Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan GAMBARAN DESKRIPTIF INSTAGRAM FALSE SELF-PRESENTATION DAN PHUBBING PADA MAHASISWA DI JAKARTA. *Tahun 2024*, 13(2), 39–47. Retrieved June 16, 2026, from <https://ejournal.unib.ac.id/jsn/article/view/33762>
- Goffman, E. (1959). *THE PRESENTATION OF SELF EVERYDAY LIFE*.
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018a). Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 9, Number NOV). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018b). Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 9, Number NOV). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>

- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, G., Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, Rahmatul Istiqomah, R., & Abadi, H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Pustaka Ilmu.
- Hubungan Sosial Gen, dan Z., Uyun, K., Nur Farida, V., Prajoko, R., & Boyolali, U. (2025). *Analisis Flexing di Media Sosial: Citra dan Hubungan Sosial Gen Z* (Vol. 9, Number 2).
- IDN Research Institute. (2025). *Indonesia Millennial and Gen Z Report 2025*.
- Khoirunnisa, K. N., Susilowati, S., & Widuhung, S. M. (2025). Personal Branding Zata Ligouw Di Instagram Dalam Membangun Identitas Sebagai Content Creator Edukasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 2629–2638. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15454>
- Leila, N., Putri, I., & Burhan, U. (2025). *STRATEGI AKUN @SHELMADESS DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING DAN KARIER MELALUI PLATFORM TIKTOK* (Vol. 8, Number 1). <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/1366>
- McNally, D., & Speak, K. D. (2002). *An Excerpt From Be Your Own Brand: A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd*.
- McQuail, D., & Deuze, M. (n.d.). *Mcquail's Media & Mass Communication Theory*.
- Miles, M. B. , H. A. M. , & S. J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Nadhira, Z., Rahmat, A., & Setianti, Y. (2024). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Personal Branding Ira Mirawati sebagai Content Creator Edukasi di TikTok*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13220466>
- Nurhayat, E., & Noorrizki, R. D. (n.d.). Flexing: Perilaku Pamer Kekayaan di Media Sosial dan Kaitannya dengan Self-Esteem. *Jurnal Flourishing*, 2(5), 368–374. <https://doi.org/10.17977/10.17977/um070v2i52022p368-374>
- Oktavia Ramadhani, & Khoirunisa Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JUPENDIS)*, 3(1), 323–331. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FLEXING IN SOCIAL MEDIA ON COMMUNITY LIFE. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 7(1), 173. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1093>
- Pendaftar IISMA Tembus 15.211 Orang pada 2024, Rekor Tertinggi. (n.d.). Retrieved February 13, 2026, from <https://databoks.katadata.co.id/layanan->

konsumen-kesehatan/statistik/c10ad9a729a0f6a/pendaftar-iisma-tembus-15211-orang-pada-2024-rekor-tertinggi

Penerima LPDP 2025 Dibatasi Hanya 4.000 Orang dari 78.000 Pendaftar. (n.d.). Retrieved February 13, 2026, from <https://nasional.kompas.com/read/2025/09/18/07364041/penerima-lpdp-2025-dibatasi-hanya-4000-orang-dari-78000-pendaftar>

Rachel. (2026). *TikTok Profile @thanksalotrachell*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@thanksalotrachell?lang=en-GB>

Rameitasari, D., Puspa Rachmawati, A., Revito Siregar, F., Nastain, M., & Faza Fariha, N. (2025). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Gen Z di Yogyakarta. *Januari*, 3, 4563–4571. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>

Rohman, Moh. M., Sinaga, J., Yuliawati, Asmara, A., Sari, T. P., Musa, Ramadhan, R. A., Yustitia, V., Agit, A., Hidayati, S., Dewi Sinta, Sukandi, P., & Saputri, P. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.

Romadhoni, A., Mahmudi, M., & Umami, Z. (2024). Personal Branding Konten Kreator Muda dalam Video YouTube: Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Video “Satu Hari Bersama Siswa Kelas 12 SMA di Indonesia.” *Marcommers : Jurnal Marketing Communication and Advertising*, 13(1), 25. <https://doi.org/10.22441/marcommers.v13i1.33322>

Sari, W. P., Irena, L., Augustine, M., & Carolina, A. (2024). PEMBELAJARAN DAN PENGEMBANGAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(4), 1524–1531. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i4.32939>

Sinaga, P., Partini, A., Sadam, Z., Khalil, M. I., & Purwanti, S. (2024). *PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA HIBURAN BAGI GENERASI Z*. 07(02), 2656–5706. <https://doi.org/10.3258/mediakom.v7i02.2004>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*.

Susanto, G., Evelyn, R., Leo, D., Felicio, H., Harapan, U. P., & Abstract, M. (2023). Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 483–491. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10115513>

We Are Social. (2025). *DIGITAL 2025: INDONESIA*.

Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>