

DAFTAR PUSTAKA

- Belle, J. Van (2022) 'Audience Reception of Ingmar Bergman and His Films', *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 42(4), pp. 686–706. Available at: <https://doi.org/10.1080/01439685.2022.2040703>.
- Bungin, B. (2011) *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. 2nd edn. Prenada Media Group.
- Creswell, J.W. (2013) *Qualitative Inquiry and Research Design*. 3rd edn. SAGE Publications, Inc.
- Destriana, V. and Askafi, E. (2017) *Proses Pembentukan Personal Brand (Studi Kasus Pada Deni Purnama, Perintis Indonesian Health Promoting Hospital, Melalui Media Konvensional dan Media Sosial)*, *Jurnal Revitalisasi Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Dwi, J. (2024) *5 Fakta Pembuatan Film Dokumenter Harta Tahta Raisa*.
- Effan, F.F. and Hendratno (no date) 'Pengaruh Profesionalisme dan Etika Profesi Terhadap Pertimbangan Tingkat Materialitas', 6(3), p. 2022.
- Al Farisi, S.Y., Arpandy, G.A. and Fitriah, A. (2024) 'Hubungan Antara Fear of Failure dengan Perfeksionisme pada Mahasiswa', *Jurnal Psikologi*, 1(4), p. 20. Available at: <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2818>.
- Farouk, Y.A.E. (2022) *Raisa Bongkar Kisah Kehidupan Pribadi Lewat It's Personal*.
- Fathurizki, A. and Malau, R.M.U. (2018) 'Pornografi dalam Film: Analisis Resepsi Film "Men, Women, & Children"', *ProTv*, 2(1), p. 19. Available at: <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.11347>.
- Fatimah, S. and Hadi, S.P. (2021) *Personal Branding Menteri Perhubungan Republik Indonesia (#MenhubVlog pada YouTube Channel dalam Lingkup Generasi Milenial)*, *Jurnal Komunikasi* |.
- Faturosyiddin, A.H.R. and Hidayati, U. (2023) *Analisis Resepsi Khalayak Remaja Mengenai Pesan Moral Dalam Film Doraemon Stand By Me 2 Reception Analysis Of Adolescent Audience Regarding The Moral Value In The Movie Doraemon Stand By Me 2*.
- Ferreira, M.S. and Rezende Filho, L.A.C. de (2024) 'Reception and Spectatorship Studies: Fundamental Aspects to Understand Student as Viewers of Audiovisual Resources', *Revista Interfaces: Saúde, Humanas e Tecnologia*, 12(1). Available at: <https://doi.org/10.16891/2317-434x.v12.e1.a2024.pp4004-4011>.
- Ghassani, A. and Nugroho, C. (2019) 'Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out)', 18(2), pp. 127–134.
- Haroen, D. (2014) *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Edited by Ubaedy, An, and A. Wiranata. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Haryono, C.G. (2023) *Pemanfaatan Big Data, SEO, CSR, dan Komunikasi Krisis dalam Kegiatan Public Relations di Era Digital*. 1st edn. Prenada Media Group.
- Heesakkers, T. et al. (2015) 'Watching Dallas again 3: Reassessing Ien Ang's Watching Dallas', *Transformative Works and Cultures* [Preprint]. Available at:

<https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/649/498> (Accessed: 16 May 2025).

Herdiansyah, R.W., Anugrah, D. and Ma'arif, A.A. (2023) 'Pengelolaan Digital Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image @sma1bantarujeg', *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 8(1), pp. 23–42.

Hutauruk, A.E.A. *et al.* (2024) 'Strategi Personal Branding melalui Pemasaran Online di Era Globalisasi', *Jurnal Bisnis Inovatif dan Digital*, 1(3), pp. 52–59. Available at: <https://doi.org/10.61132/jubid.v1i3.176>.

Irsyadi, I.M. and Saputra, D. (2024) 'Film Dokumenter Talempong Sungai Pua', *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 3(1), pp. 220–238. Available at: <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v3i1.2658>.

Joel, I.D.R., Wahyudin, U. and Erlandia, D.R. (2023) 'Penggunaan Film Pendek Sebagai Bentuk Branding PT Sarinah', *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(3), pp. 196–211. Available at: <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.412>.

Juita, F., Mas'ad and Arif (2020) 'Peran Perempuan Pedagang Sayur Keliling Dalam Menopang Ekonomi Keluarga Pada Masa Pandemi COVID-19 di Kelurahan Pagesangan Kecamatan Mataram Kota Mataram'.

Kahfi, A.H. and Zebua, W.D.A. (2024) 'Digital Public Relations Dalam Pemanfaatan Program Keluarga Harapan (PKH) Kementerian Sosial RI', *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(2), pp. 39–52. Available at: <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.916>.

Karaduman, İ. (2013) 'The Effect of Social Media on Personal Branding Efforts of Top Level Executives', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, pp. 465–473. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.515>.

Lestari, A.E. and Kusuma, R.S. (2023) 'Analisis Resepsi Pengguna Twitter Terhadap Fan War "Safa Space"', *Jurnal Audiens*, 4(3), pp. 440–453. Available at: <https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.119>.

Marin, G.D. and Nilă, C. (2021) 'Branding in social media. Using LinkedIn in personal brand communication: A study on communications/marketing and recruitment/human resources specialists perception', *Social Sciences and Humanities Open*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2021.100174>.

Milatishofa, Kusrin and Arindawati, W.A. (2021) 'Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Instagram Tara Basro', *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), pp. 174–185.

Moleong, L.J. (2017) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Morissan (2014) *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. 1st edn. Prenada Media Group.

Nabilah, M. (2024) *Panduan Komprehensif untuk Membangun Citra Diri yang Menginspirasi*. Edited by I.N. Aisyi. Anak Hebat Indonesia.

Nurjuman, H. *et al.* (2022) 'Personal Branding Da'i Muhammadiyah: Studi Komparatif pada Ustadz Alfian Tanjung dan Ustands Muhammad Ziyad', *Derivatif: jurnal Manajemen*, 16(1), pp. 184–193.

- Nurul Hidayah, A. and Widodo, A. (2021) 'Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Jafar di Youtube Channel "Jeda Nulis"', *Kalijaga Journal of Communication*, 3(2), pp. 153–168. Available at: <https://doi.org/10.14421/kjc.32-05.2021>.
- Paparang, N.C. and Wijayanti, C.A. (2023) 'Audience Reception on the Toxic Relationship in "Persona: Collector"', *Journal of Content and Engagement*, pp. 99–113. Available at: <https://doi.org/10.9744/joce.1.2.99-113>.
- Phazha, A. and Tsurayya (2024) *Analisis Resepsi Pemilih Pemula Jawa Timur Terhadap Personal Branding Gaanjar Pranowo di Instagram*.
- Raharjo, F.S. (2019) *The Master Book of Personal Branding*. 1st edn. Edited by F. Husaini. QUADRANT.
- Ratmanto, A. (2018) 'Beyond The Historiography: Film Dokumenter Sejarah Sebagai Alternatif Historiografi di Indonesia', *Sasdaya: Gadjah Mada Journal of Humanities*, 2(2), pp. 405–414.
- Rustandi, D. (2024) *Digital Public Relations*. 1st edn. Edited by N.S. Nurbaya. Simbiosis Rekatama Media.
- Sibuea, Y.E. (2025) *Analisis Personal Branding Youtuber Pada Konten Series 'Borong Bitcoin: Eps 1' Timothy Ronald Analyzing a YouTuber's Personal Branding Through Series Content: The Case of Timothy Ronald's 'Borong Bitcoin: Eps 1'*.
- Sitompul, E., Dhieni, N. and Hapidin, H. (2022) 'Karakter Gotong Royong dalam Paket Pembelajaran Sema', *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(4), pp. 3473–3487. Available at: <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.1674>.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tempo (2024) *Alasan Soleh Solihun Jadi Sutradara Film Dokumenter Raisa: Ada Ikatan Emosional*.
- Trianto, R., Mansur, S. and Asse, R. (2022) *Resepsi Khalayak Pada Personal Branding Ganjar Pranowo di Youtube Ganjar Pranowo*.
- Untari, M.E.D. and Asiatun, S. (2021) 'Pengembangan Ide Produser Dalam Produksi Dokumenter Televisi "Buku Harian" Edisi "Dibalik Layar Pencari Berita"', *Jurnal Ilmiah Multimedia dan Komunikasi*, 6(1), pp. 28–46.
- Utomo, M.V.P. and Megantari, K. (2023) 'Perancangan Film Dokumenter Berjudul Format Lama', *Jurnal Audiens*, 4(2), pp. 211–219. Available at: <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.18>.
- Weriframayeni, A., Roem, E.R. and Sarmiati (2018) 'Strategi Personal Branding Public Relations PT. Minang Mart dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Membangun Hubungan Baik Dengan Media Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Minang Mart)', *Jurnal Ranah Komunikasi*, 2.