

DAFTAR PUSTAKA

- Juwita. (2017). Media sosial dan perkembangan komunikasi korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20 (1).
- Larasati, P. K. (2021). Efektivitas *content creator* dalam strategi promosi di era digital. In SANDI: Seminar Nasional Desain, (Vol. 1, pp. 126-133).
- Mahrizal, V. (2019, Maret 11). Titipku.com Raih Australia Awards in Indonesia Short Term – Startup Ecosystem 2019 Artikel ini telah tayang di TribunJogja.com dengan judul Titipku.com Raih Australia Awards in Indonesia Short Term – Startup Ecosystem 2019, <https://jogja.tribunnews.com/>. Diambil kembali dari Tribun Jogja: <https://jogja.tribunnews.com/2019/03/11/titipkucom-raih-australia-awards-in-indonesia-short-term-startup-ecosystem-2019>
- Melita, Y. (2023). Prospek Kerja *Content Creator* Gen Z di Era 5.0 (Studi Participatory Media Culture). *Jurnal Komunikasi*, 21-19.
- Nuraeni, E. (2019). Peran *Content Creator* Pada Instagram Dalam Pemasaran Produk. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 375-381.
- P, G. A. (2023). *Kitab Content Creator*. Elex Media Komputindo.
- Satya, V. E. (2018). Media sosial dan perkembangan komunikasi korporat. *Strategi Indonesia Menghadapi Industri 4.0*, 19-24.
- Sayekti, I. M. (2023). Titipku Umumkan Merry Riana Sebagai Brand Ambassador. Diambil kembali dari Press Release: <https://pressrelease.kontan.co.id/news/titipku-umumkan-merry-riana-sebagai-brand-ambassador>
- Wenger, S. (2024). MANAJER PEMASARAN B2B PENGERTIAN, TIM, TANGGUNG JAWAB, KETERAMPILAN, DAN GAJI. Diambil kembali dari B2B Marketing World: <https://www-b2bmarketingworld-com.translate.goog/management/b2b-marketing-manager/? x tr sl=en& x tr tl=id& x tr hl=id& x tr pto=tc>