

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203.
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 89-98.
- Bulchandani, D. (n.d). *Ogilvy Employee Reviews about "work culture"*. Retrieved from glassdoor.com: https://www.glassdoor.com/Reviews/Ogilvy-work-culture-Reviews-EI_IE13661.0,6_KH7,19.htm
- Davis, N. (2016, Januari 19). *What is the fourth industrial revolution?* Retrieved from World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/what-is-the-fourth-industrial-revolution/>
- Elisa, E., Tukino, T., Fajrin, A. A., & Harman, R. (2023). Gerakan Digital Advertising Sebagai Upaya Membangkitkan Perekonomian Situasi Covid-19 Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Puan Indonesia*, 169-176.
- Fauzan, R. (2021, April 22). *Belanja Iklan 2020 Moncer, Nielsen: Ini Proyeksi untuk 2021*. Retrieved from Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210422/12/1384960/belanja-iklan-2020-moncer-nielsen-ini-proyeksi-untuk-2021>
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public. *Jurnal Ilmu Komunikasi : Ultimacomm*, 206-225.
- Igarashi, H. (n.d). *Dentsu Overview*. Retrieved from glassdoor.com: https://www.glassdoor.com/Overview/Working-at-Dentsu-EI_IE3149.11,17.htm

- Inayah, S. S. (2014). Konflik dan Negosiasi dalam Perspektif Komunikasi. *LENTERA* 16.2.
- Iriani, N. I., Sasongko, T., & Murti, N. D. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Meteor Cell Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi Vol 10*, 68-76.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lai, L. S., & To, W. M. (2015). Content analysis of social media: A grounded theory approach. *Journal of electronic commerce research*, 16(2), 138.
- Vero ASEAN. (2024). *About Vero ASEAN*. Retrieved from <https://vero-ASEAN.com/>
- Zain, N. L. (2017). Strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. *Jurnal Nomosleca*.

