

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, D., & Sulistiyaningsih, E. (2021). The Short-Term Training of Content Creation and Digital Marketing Bagi Pelajar Di Purwokerto. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 98–106.  
<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.920>
- binus.co.id. (2024). *Bagaimana Melakukan Riset Konten yang Efektif*.  
<https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2024/06/18/bagaimana-cara-melakukan-riset-konten-yang-efektif/>
- cnnindonesia. (2024). *Populasi Motor Listrik di Indonesia Nyaris 75 Ribu Unit*.  
<https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20240126131720-603-1054724/populasi-motor-listrik-di-indonesia-nyaris-75-ribu-unit>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199.  
<https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- genio.bike. (n.d.). *TENTANG GENIO BIKE*. <https://genio.bike/about-us/>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *MARKETING 4.0: Moving from Tradisional to Digital*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jerse.
- Luthfiah, Z., & Ridwan, D. T. (2020). Peran Content Creator Dalam Membangun Bisnis Startup Pada RM Inkubasi di RM Synergy. *Conference Series Journal*, 1(2), 1–7.
- Maeskina, Mutia, M., & Hidayat, D. (2021). IPPAR Model Pendekatan Content creator Dalam Mempertahankan Reputasi Di Media Snack Video. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 161–184.  
<https://doi.org/10.15575/cjik.v5i2.14624>
- Morgan, J. (2020). Electric vehicles: The future we made and the problem of unmaking it. *Cambridge Journal of Economics*, 44(4), 953–977.  
<https://doi.org/10.1093/cje/beaa022>
- Nadya, K. (2023). *Profil Asosiasi Industri Motor Listrik Indonesia: Naungi 11 Merek dan dua Bengkel Konversi*. IDXChannel.  
<https://www.idxchannel.com/news/profil-asosiasi-industri-motor-listrik-indonesia-naungi-11-merek-dan-dua-bengkel-konversi>

- Putri, D., & Septiawan, B. (2024). UMKM, Bumbu Rujak Manis, Pemasaran Digital, Pasar Nasional, Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 5(2), 332.
- Rahayu Subekti. (2022). URGENSI REGULASI KENDARAAN LISTRIK UNTUK PENGENDALIAN IKLIM DAN PENGGUNAAN ENERGI TERBARUKAN. *Rechts Vinding Vol 11 No 3*, 11(3).
- Riyanto, Dwi, A. (2024). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. *We Are Social*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Susilowati, I., Ahmad, S. T. M., & Faturrahman, T. (2022). Efektivitas Protokol Kyoto Dalam Mereduksi Emisi Gas Rumah Kaca Di Indonesia. *Legal Research*, 4(5), 1255–1274.
- unitedbike.com. (n.d.). *Sejarah Kami*. <https://www.unitedbike.com/id/about>
- unitedmotor.co.id. (2023). *Bagaimana Tren Penjualan Motor Listrik di Indonesia?* <https://unitedmotor.co.id/tren-penjualan-motor-listrik-di-indonesia-cek-di-sini/>
- Utina, R. (2009). PEMANASAN GLOBAL : Dampak dan Upaya Meminimalisasinya. *Dosen Biologi FMIPA Universitas Negeri Gorontalo*, 3(3), 1.
- Wati, Prasetyo, A., Martha, Aulia, J., & Indrawati, A. (2020). Digital Marketing. In N. Fransiska, Artha (Ed.), *Edu-litera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019)* (SBN: 978-6). PT. Literindo Berkah Karya
- weatherdairy.uk. (2023). *Global Temperatures*. Weatherdairy. <https://www.weatherdiary.uk>
- Yanny, A. (2022). Peran Content Creator dalam strategi Digital Marketing. *Journal Boas : Business, Economics, Accounting And Managemen*, 02(2), 59–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.54209/boas.v2i02.282>