

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, I. T., & Zaini, M. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Creative Digital Agency pada Branding. in Samarinda. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(2), 1482-1494.
- Dreambox Group. (2025). *Solusi dari Segala Kebutuhan Marketing dan Kreatif Bisnis Anda*. <https://www.dreamboxgroup.com/id/services>.
- Duffett Mr, R. G., & Wakeham Dr, M. (2016). *Social Media Marketing Communications Effect on Attitudes Among Millennials in South Africa*. The African Journal of Information Systems, 8(3), 2.
- Herna, H., Hiswanti, H., Hidayaturahmi, H., & Putri, A. A. (2019). *Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online Kitabisa.com*. Jurnal Komunikasi Pembangunan, 17(2), 146-156.
- Kemp, A. (2024, September 12). *What Is a Content Creator?* <https://www.stateofdigitalpublishing.com/content-strategy/what-is-a-contentcreator/>
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Maeskina, M. M., Hidayat, D., & Maharani, I. F. (2021). *IPPAR Model Pendekatan Content Creator dalam Mempertahankan Reputasi di Media Snack Video*. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 161-184.
- Maleo.agency. (2023). *We Rethink The Whole Story By*. <https://maleo.agency/>.
- Nema.id. (2025). *Layanan*. <https://nema.id/>.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement*. Jurnal Komunikasi, 10(2), 167-176.

Rahmasari, H., & Lutfie, H. (2020). *Efektivitas Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness pada Aplikasi Edulogy di Bandung Tahun 2019*. EProceedings of Applied Science, 6(1).

Riyanto, A. D. (2025, Februari 28). Hootsuite (We are Social): *Data Digital Indonesia 2025*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>

Sejalan.co. (2025). *All The Services You Need For Great Social Media Performance*. <https://www.sejalan.co/>.

Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). *Kemajuan Pemasaran Produk dalam Memanfaatkan Media Sosial di Era Digital*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3(3), 44.

Tuten, T. L., Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing: Social Publishing*. London: SAGE

Yanny, A. (2023). *Peran Content Creator dalam Strategi Digital Marketing*. Journal Boas : Business, Economics, Accounting And Management, 2(02), 59–66. <https://doi.org/10.54209/boas.v2i02.282>

