

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, d. (2021). *brand equity*. newyork: us print.
- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening .
- Abubakar, A. (2013, januari 16). Pedoman Pemanfaatan social media Pemerintah. *Permenpan RB no.83*. Jakarta.
- Alonso, M. (2024, August 05). *The Power Of Storytelling In Modern Marketing*. Retrieved from Forbes:
<https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2024/08/05/the-power-of-storytelling-in-modern-marketing/>
- Baharsah, M. V. (2025). Analisis Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 123.
- Bank DBS Indonesia. (2024). Retrieved from [www.dbs.com: https://www.dbs.com/indonesia/bh/about-us/default.page](https://www.dbs.com/indonesia/bh/about-us/default.page)
- Book, C. L. (1980). *Human Communication : Principles, Context, and Skills*. New York: St Martin's Press.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication 14th Edition*. United States of America: Pearson Education.
- Gorham. (2009). *Introduction to Media Production*. Focal Press.
- Haryanto, A. T. (2024, Januari Rabu). *APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved from detikInet:
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Hermawan. (2018). *Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam*.
- Johana. (2025, maret 9). data perusahaan. (M. J. Kristanto, Interviewer) Karunia,
- D. E. (2025). Pemasaran Era Digital :. In T. I. Labs, *Pemasaran Era Digital : Strategi Memenangkan Persaingan di Dunia Online* (p. 24). Sumatera Barat: Takaza Innovatix Labs.

- Luthfiah, Z. (2020). Peran Content Creator Dalam Membangun Bisnis Startup Pada RM Inkubasi di RM Synergy. *Current Research in Education: Conference Series Journal*, 2.
- Manurung, K. C. (2024). KOMUNIKASI INTERPERSONAL : MISSKOMUNIKASI DALAM ORGANISASI. *CENDIKIPENDIDIKAN*.
- Michaela, S. (2023, November 24). *Konten Kreator Jadi Pekerjaan yang Diminati Gen-Z*. Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/business/economy/sonya-michaela/konten-creator-jadi-pekerjaan-yang-diminati-gen-z>
- Nabila, N. F. (2023). Penerapan Digital Marketing Dan Peran Content Creator Pada Media Sosial. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 138.
- Nafiah, B. K. (2024). *Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 263.
- Nafiah, B. K. (2024). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner (JIM)*, 263.
- Pearson. (2025, 07 15). Menerapkan Prinsip Hierarki Visual pada Desain . Retrieved from Menerapkan Prinsip Hierarki Visual pada Desain : <https://idseducation.com/menerapkan-prinsip-hierarki-visual-pada-desain/>
- Riyanto, A. D. (2025, Ferbruari 28). *hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025*. Retrieved from hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- Saputra, R. (2024). Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 151.
- Tasim, C. (2023, November 30). *Content Marketing Apakah Sama dengan Content Creator?* Retrieved from ToffeeDev: <https://toffeedev.com/blog/digital-marketing/crm-content-marketing-apakah-sama-dengan-content-creator/#:~:text=Content%20marketing%20adalah%20strategi%20pemas>

ran,mendistribusikan%20konten%20untuk%20content%20marketing.

Tri Wahyuti, M. (2022). *PRODUKSI*. Depok: PT Rekacipta Proxy Media.

