

DAFTAR PUSTAKA

- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123-205.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Henmaidi. (2023, 10 April). Industri Semen Global dan Kondisi Industri Persemenan di Indonesia. [mediaindonesia.com. https://mediaindonesia.com/opini/572854/industri-semen-global-dan-kondisi-industri-persemenan-di-indonesia](https://mediaindonesia.com/opini/572854/industri-semen-global-dan-kondisi-industri-persemenan-di-indonesia)
- PT. Sinar Tambang Arthalestari. (2021). *Visi & Misi*. Semen Bima. <https://www.semenbima.com/visimisi>
- Rizki, S. Y., & Amalina, A. (2023). Strategi Marketing Public Relation Traveloka Dalam Promosi Pemesanan Hotel Menggunakan Awkarin sebagai Key Opinion Leader: The Marketing Public Relation Strategy of Traveloka in Promoting Hotel Booking by Utilizing Awkarin as a Key Opinion Leader. *Jurnal Media Penyiaran*, 3(02), 21-24.
- Dunia Karier. (2025, February 23). *KOL Specialist Itu Apa? Ini Penjelasan Lengkapnya yang Mudah Dipahami*. [kumparan.com. https://kumparan.com/dunia-karier/kol-specialist-itu-apa-ini-penjelasan-lengkap-nya-yang-mudah-dipahami-24YYEpuK6PZ/full](https://kumparan.com/dunia-karier/kol-specialist-itu-apa-ini-penjelasan-lengkap-nya-yang-mudah-dipahami-24YYEpuK6PZ/full)
- Maeskina, M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20-30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>(Maeskina & Hidayat, 2022)
- Rachel, Florencia (2024) *Aktivitas Content Creator di GETI Media (LPK Global Edukasi Talenta Inkubator)*. MBKM thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Wicaksono, P. (2025, 4 Juni). Content Plan Adalah: Arti, Contoh & Strateginya. Diakses dari QuBisa: <https://www.qubisa.com/article/content-planning-itu-apa-dan-cara-membuatnya>
- Diva, A. S., & Audytra, H. (2023). Peran social media officer dalam merancang konten instagram untuk branding di adconomic digital advertising. *INTEGRATED (Journal of Information Technology and Vocational Education)*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.17509/integrated.v5i1.60339>
- Angellia, A., & Oktavianti, R. (2023). Strategi Marketing Public Relations Bioskop Drive-In dalam Membangun Brand Image Perusahaan. *Prologia*, 7(1), 22–30. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.15668>

- Dian, R. (2024, Maret 13). *Mengenal KOL Specialist: Tugas, Skill yang Dibutuhkan, Hingga Besaran Gajinya*. Narasi TV. <https://narasi.tv/read/narasi-daily/kol-specialist-adalah>
- Ngalup.co. (2024, November 10). *Tim Social Media: Komponen dan Cara Membangunnya*. Ngalup.co. https://ngalup.co/artikel/tim-social-media/#terdiri_dari_apa_tim_media_sosial
- Graha Pandawa Semen. (2024, 8 Januari). *Perbedaan Semen PPC dan PCC: Semen yang Tepat untuk Rumah kamu!* Graha Pandawa Semen. <https://grahapandawasemen.co.id/perbedaan-semen-ppc-dengan-pcc/>
- Dimas, V. (2024, Maret 13). *Mengetahui 15 Divisi Digital Marketing, Setiap Divisi Punya Konsentrasi yang Berbeda!* Gamelab Indonesia. <https://www.gamelab.id/news/3458-mengetahui-15-divisi-digital-marketing-setiap-divisi-punya-konsentrasi-yang-berbeda>
- Phan, N. T. T., & Nguyen, T. M. (2024). The Influence of Key Opinion Consumers on Customers' Purchase Intention via TikTok - The Case of Generation Z in Vietnam. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 13(1), 51–70.

