

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2024, May 1). *Account Executive: Pengertian, Jenjang Karir, Tugas, dan Tanggung Jawab*. Blog Bounce. <https://www.bounce.com/blog/agency/account-executive-pengertian-jenjang-karir-tugas-dan-tanggung-jawab/>
- Alfadila, M., Setiawan, K., & Purnomo, A. M. (2023). Pengaruh electronic word of mouth Instagram @desawisatabatulayang terhadap minat berkunjung ke Bukit Caimandala Camp. *Karimah Tauhid*, 2(6), 2660–2667.
- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3), 337–342.
- Astiko Putri, D. T., Wismantoro, Y., & Pakarti, P. (2023). *Pemasaran Sosial Media Modern Berbasis Key Opinion Leaders*. Wira Manggala Indonesia.
- Brown, D., & Fiorella, S. (2013). *Influence Marketing: How to Create, Manage, and Measure Brand Influencers in Social Media Marketing*. John Wiley & Sons.
- DoxaDigital. (2024, 29 November). *Peran dan tugas digital marketing agency dalam bisnis Anda*. DoxaDigital. Diakses 26 Juni 2025, dari <https://www.doxadigital.com/doxa-tips/peran-dan-tugas-digital-marketing-agency-dalam-bisnis-anda-2/>
- Fitrananda, C. A. (2024). *Komunikasi social marketing berbasis digital*. Get Press Indonesia.
- Haryono, G., & Albetris, A. (2024). *Key Opinion Leader (KOL) marketing STIE Sakti Alam Kerinci*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 13(1), 1–12. Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri. <https://journal.itbind.ac.id/index.php/jmbi/issue/view/19>
- Ideoworks. (2021, 18 Agustus). *Mengenal apa itu digital agency*. Ideoworks. Diakses Juni 26, 2025, dari <https://ideoworks.id/mengenal-apa-itu-digital-agency/>
- Ilmi, L. W. M., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh key Opinion leader, trustworthiness dan risk perception terhadap minat beli konsumen produk kecantikan MS Glow. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2(2), 403–411. <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1235>
- Kusuma, D. P., & Swarnawati, A. (2024). Peran Account Executive dalam Proses Perencanaan Iklan di Era Digital: Perspektif dan Tantangan. *Ranah Research Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(2). <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i2>

- Lailiyah, N. I. (2023). Literature review: KOL marketing sebagai strategi pemasaran digital di era sosial 5.0. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 1055–1058. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.576>
- Nugroho, I. H. D. (2024). KOL Management Adalah: Pengertian, Manfaat, dan Cara Kerja. *dibimbing.id*. <https://dibimbing.id/blog/detail/kol-management-adalah-pengertian-manfaat-dan-cara-kerja#:~:text=dan%20Tips%20Sukses-,Apa%20itu%20Kol%20Management?,dan%20relevan%20bagi%20target%20audiens>.
- Pasaribu, M., & Siregar, H. (2019). *Strategi komunikasi PT Ertri Indonesian dalam menjaga eksistensi sebagai digital agency*. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 41–53. <https://doi.org/10.24821/868-1762-1-PB>
- Risnawati, A., Amelia, I., Surya, M. I. H., Ripaldi, M., Destiani, S., & Ardiyanto, D. (2025). Peran media sosial sebagai alat transformasi komunikasi promosi di era digitalisasi. *Karimah Tauhid*, 4(7), 4414–4421. <https://doi.org/10.31219/osf.io/preprints>
- Tampubolon, A., & Sitompul, G. A. (2019). *Peran account executive di era digital dalam proses perencanaan iklan*. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 7(2), 98–103.
- Trisnawati, A., Amelia, I., Surya, M. I. H., Ripaldi, M., Destiani, S., & Ardiyanto, D. (2025). Peran media sosial sebagai alat transformasi komunikasi promosi di era digitalisasi. *Karimah Tauhid*, 4(7), 4414–4421. <https://doi.org/10.31219/osf.io/preprints>
- Yasid, I. F., & Pahlevi, R. W. (2024). Strategi Pengembangan dan Pemasaran Digital Industry Agency. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management (JEBAM)*, 2(2), 197–205. <https://doi.org/10.61476/pnngah02>
- Zunan Setiawan, Dr., Loso Judijanto, Drs., Kushariyadi, Dr., Bertha Musty, & Adil Musty Tamzil. (2024). *Digital Marketing: Strategi dan Inovasi di Era Digital*. Green Pustaka Indonesia.