

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Agung, G. (2023). Kitab Content Creator. In *Kitab Content Creator* (p. 7). Indonesia: Elex Media Komputindo.

Cendekia, N. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Indonesia: Nuansa Cendekia.

DASAR DESAIN GRAFIS. (2018). (n.p.): EDU PUBLISHER. Dasar-dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula. (2024). (n.p.): PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

D.Prasetyo, B. (2018). Komunikasi Pemasaran Terpadu. In B. D.Prasetyo, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (p. 19). Malang: UB Press.

Santosa, S. (2022). Efektivitas Conten Creator Dalam Pengembangan Personal Branding dan Branding Product UMKM di Era Society 5.0. In S. Santosa, *Efektivitas Conten Creator Dalam Pengembangan Personal Branding dan Branding Product UMKM di Era Society 5.0* (p. 7). Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.

### Jurnal

Afd, Z. (2018). PERANCANGAN STRATEGI BERBASIS METODOLOGI LEAN STARTUPUNTUK MENDORONG PERTUMBUHANPERUSAHAAN RINTISAN BERBASIS TEKNOLOGI DI INDONESIA. *Jalan Profesor Soedarto SH., Tembalang, Semarang*, 2.

Agung, G. (2023). Kitab Content Creator. In *Kitab Content Creator* (p. 7). Indonesia: Elex Media Komputindo.

Ardiansyah, M. (2023). Jurnal Informasi dan Teknologi. *Analisis Komparasi Ketertarikan Masyarakat Kota Batam Dalam Penggunaan Video Editor Capcut danVN*, 91.

Damayanti, S. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE MYPANGANDARAN TOUR AND TRAVEL . *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 3* , 854.

l'tishom, Z. R. (2022). Manajemen Produksi Konten Tik Tok Wahyudi Afrino (@yudiafrn) untuk. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 38.

l'tishom, Z. R. (2022). Manajemen Produksi Konten Tik Tok Wahyudi Afrino (@yudiafrn) untuk Belajar Videografi. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 39.

Khadijah, I. (2022). Definisi Dan Etika Profesi Guru. *Jurnal Universitas Lembang*, 2.

Mastura, F. P. (2023). Etika Jurnalistik Penggunaan Clickbait oleh Vodcast Deddy. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 56.

Maulana, K. A. (2018). ANALISIS PRODUKSI PROGRAM BERITA INDONESIA MORNING SHOW DI NEWS AND ENTERTAINMENT TELEVISION. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 62.

Melita, Y. (2023). Prospek Kerja Content creator Gen Z di Era 5.0 (Study Participacy Media Culture). *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 22.

Poernomo, C. A. (2023). Analisis Proses Produksi Konten Kreatif Pada Kanal YoutubeKembara Sunyi. *Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 5.

Ri'aeni, I. (2017). Jurnal Komunikasi. *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL*, 144.

Saraswati, M. (2020). Peran Content Creator dalam Produksi Motion Graphic di Lembaga Pemerintah Non kementerian Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) DIY. *Doctoral dissertation, STIKOM Yogyakarta*, 7.

Sucipto. (2022). JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL. *Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia*, 69.

#### **Sumber Online**

Burhan, F. A. (2022, April 28). *Potensi Industri Konten Kreator Indonesia Ditaksir Senilai Rp7 triliun*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/digital/startup/626a3444da848/potensi-industri-konten-creator-indonesia-ditaksir-senilai-rp7-triliun](https://katadata.co.id/katadata.co.id/digital/startup/626a3444da848/potensi-industri-konten-creator-indonesia-ditaksir-senilai-rp7-triliun)

Dapoerdongeng. (2017, Januari 1). *SMASHED*. Retrieved from [dapoerdongeng.com: https://www.dapoerdongeng.com/homepage-en/smashed](https://www.dapoerdongeng.com/homepage-en/smashed)

Dapoerdongeng. (2019, Agustus 30). *@Museum*. Retrieved from [dapoerdongeng: https://www.dapoerdongeng.com/laman-utama-id/museum-id](https://www.dapoerdongeng.com/laman-utama-id/museum-id)

*Dapoerdongeng*. (2020, Januari 20). Retrieved from Keterampilan Hidup: <https://www.dapoerdongeng.com/laman-utama-id/keterampilan-hidup>

Dapoerdongeng. (2021, januari 1). *SMASHED*. Retrieved from [dapoerdongeng.com: https://www.dapoerdongeng.com/homepage-en/smashed](https://www.dapoerdongeng.com/homepage-en/smashed)

Rangking, S. (2019, Agustus 02). *startupranking.com*. Retrieved from Top Indonesia: <https://www.startupranking.com/top/bengkulu>

Rizaty, M. A. (2024, April 4). *Data Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia pada 2024*. Retrieved from dataindonesia: <https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-2024>

Santika, E. F. (2024, April 12). *Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Capai 79,5% per 2024*. Retrieved from databooks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e6f9d69e252de32/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-capai-795-per-2024>

