

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Jurnal:

Burke, A. B. (2006). *SEJARAH SOSIAL MEDIA*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia .

### Online:

Al-Abadiyah, I. (2021). PERAN SPESIALIS MEDIA SOSIAL DALAM. *Universitas Muhammadiyah Malang*, <https://eprints.umm.ac.id/83348/>.

atap. (2020). Apa Itu Content Creator? Prospek Kerja dan Cara Menjadi Content Creator. *Gramedia.com*, <https://www.gramedia.com/literasi/content-creator/>.

AURINAWATI, D. (2019). ANALISIS AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP RESPON KONSUMEN (Studi Kasus Homestay Kelas Menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Universitas Islam Indonesia*,  
● <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/14488>.

Burke, A. B. (2006). *SEJARAH SOSIAL MEDIA*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia .

Daniel Hermawan, S. (2017). Content Creator dalam kacamata Industri Kreatif : Peran Personal Branding Dalam Media Sosial. *Universitas Katolik Parahyangan*,  
[https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472\\_Daniel\\_Content%20creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Content%20creator%20adalah%20profesi%20yang,lainnya%20\(Sayugi%2C%202018\)](https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content%20creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Content%20creator%20adalah%20profesi%20yang,lainnya%20(Sayugi%2C%202018)).

DataBook. (2022). 2022, Pengguna Media Sosial Indonesia Mencapai 125 Juta. *DataBooks*, 2022, Pengguna Media Sosial Indonesia Mencapai 125 Juta.

Egidius Patnistik. (2022). Digitalisasi, Solusi bagi Masalah Kesejahteraan dan SDM Indonesia. *Kompas.com*,  
<https://www.kompas.com/tren/read/2022/03/20/112049065/digitalisasi-solusi-bagi-masalah-kesejahteraan-dan-sdm-indonesia?page=all>.

Fandy. (2020). Copywriting: Definisi, Contoh, Hingga Teknik Pembuatannya. *Gramedia.com*,  
[https://www.gramedia.com/literasi/copywriting/#Definisi\\_Copywriting](https://www.gramedia.com/literasi/copywriting/#Definisi_Copywriting).

Hendrawan, D. (2017). Perancangan Visual Branding Video SmokeBelt Garage berbasis Feature Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Loyalty. *Stikom Surabaya*,  
<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2892/1/13420100019-2017-COMPLETE.pdf>.

L.Erawan. (2020). Sejarah Internet. *Universitas Dian Nuswantoro*,  
[https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/modul01teori-Sejarah\\_Internet.pdf](https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/modul01teori-Sejarah_Internet.pdf).

Nawwaf Munif Atsiqah, L. L. (2019). PERANCANGAN BRAND IDENTITY LA LUNA DI KOTA MATARAM. *Universitas Surabaya*,  
<https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/3603>.

Sandy Ferdiana. (2021). Pentingnya Bangsa Ini Mulai Adaptif Dengan Industri 5.0. *Republika.com*, <https://www.republika.co.id/berita/qynv2n371/pentingnya-bangsa-ini-mulai-adaptif-dengan-industri-50>.

Silvia, M. (2019). STRATEGI CONTENT CREATOR PADA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM). *Universitas Pendidikan Indonesia*,  
[http://repository.upi.edu/44323/2/S\\_IKOM\\_1501975\\_Chapter1.pdf](http://repository.upi.edu/44323/2/S_IKOM_1501975_Chapter1.pdf).

Siti Nur Aeni. (2022). Pengertian Teknologi, Jenis, Contoh, dan Manfaatnya. *Katadata*,  
<https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/623d8dfb56e15/pengertian-teknologi-jenis-contoh-dan-manfaatnya>.

Vanya Karunia Mulia Putri. (2021). Contoh Perkembangan Teknologi yang Sering Digunakan Sehari-hari. *Kompas.com*,  
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/10/15/163032469/contoh-perkembangan-teknologi-yang-sering-digunakan-sehari-hari>.





