

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ariel Yahya, *Creativity To Commerce* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015).
- Ebbert & Griffin, *Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh* (Jakarta: Erlangga, 2014).
- Setyawan, H. (2015). *Buku Ajar Editing*. (Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta).
- Rukajat, A. (2018). *Teknik evaluasi pembelajaran / Dr. Ajat Rukayat, M.Pd* (Cetakan Pertama). Penerbit Deepublish.
- Zimmerman, J., Sahlin, D., & Ng, D. (2021). *Social Media Marketing All-in-One For Dummies* (5th Edition). For Dummies. <https://doi.org/10.1002/9781118257661>

SUMBER ONLINE

- Antelope, S. (2022, Juli 26). 6 kunci produksi video. Retrieved from studioantelope.com: <https://studioantelope.com/6-langkah-kunci-produksi-video-2/amp/>
- Badan Pemeriksa Keuangan. (2020). Permendikbud No. 3 Tahun 2020. Database Peraturan | JDIIH BPK. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/163703/permendikbud-no-3-tahun-2020>
- Priaska, Z. R. (2016, Januari 27). LAPORAN KULIAH KERJA PROFESI PRODUCTION ASSISTAN (PA) DEPARTEMEN PROMO "PROMO ON AIR" DI PT. RAJAWALI CITRA TELEVISI INDONESIA. sipadu isi. Retrieved October 12, 2023, from https://sipadu.isiska.ac.id/mhsw/laporan/laporan_28781611152144_23.pdf
- FanfareID. (2014). *About Us*. Fanfareid.com. <https://fanfareid.com/>
- Muthiatur. (2023, October 20). *Creative Agency : Mengungkapkan Peran dan Tanggung Jawabnya dalam Dunia Digital Kreatif*. Doxadigital Indonesia; Doxadigital Creative Digital Marketing Agency. <https://www.doxadigital.com/doxa-update/creative-agency/#:~:text=Creative%20agency%20merupakan%20perusahaan%20yang,melalui%20strategi%20kreatif%20yang%20efektif.>
- Windiana, A. (2022, January 12). *Serunya Menjadi Junior Creative di Advertising Agency*. Prospole Indonesia; Prospole Indonesia.

<https://id.prosple.com/career-planning/serunya-menjadi-junior-creative-di-advertising-agency>

JURNAL

- Apriyani, Reka (2020) Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Menurut Perspektif Ekonomi Islam (*Studi Pada Konsumen Galeri Elzatta Bandar Lampung*). Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung.
- Christa, V. (2015). Peran Strategic Planner Dalam Social Media Marketing Agency Di PT Bina Blog Indonesia. Universitas Multimedia Nusantara.
- Hendrajaya, V. V. (2021). Aktivitas Perencanaan Dan Pengelolaan Event Di Creative Nest Indonesia. Universitas Multimedia Nusantara.
- Irzan, M. (2018). Peran Asisten Produser Dalam Program Divisi Berita Kompas Sulsel Studi Praktek Lapangan Di Kompas TV Makassar. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
- Junias, N. (2021). Peran Videografer Pada Event Organizer Dyandra Promosindo. Universitas Multimedia Nusantara.
- Pradiestha, Q. Q. (2021). Peranan Staf Magang Photo Editor Pada Divisi Creative Pt Aleria Pembangunan Sejahtera. Universitas Multimedia Nusantara.
- Putra, R. M. (2022). Penerapan Ilmu Desain Komunikasi Visual Pada Rumah Produksi Makromedia Visual Creative. UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA.
- Putri, F. (2020). Aktivitas Project Planner Pada Pt C Channel Media Indonesia. Universitas Multimedia Nusantara.
- Priaska, R.Z. (2016). PRODUCTION ASSISTAN (PA) DEPARTEMEN PROMO "PROMO ON AIR" DI PT. RAJAWALI CITRA TELEVISI INDONESIA (RCTI). Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Ramadlani, I. A. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Bidang Marketing Pt. Porto Food Indonesia. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PGRI DEWANTARA JOMBANG