

DAFTAR PUSTAKA

- Agus W., Soehadi. (2005). *Effective Branding*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Ahmad, F. (2020). Penggunaan WhatsApp dan Instagram Melonjak 40% Selama Pandemi Corona. Diakses pada 7 September 2020, dari <https://katadata.co.id/febrinaiskana/digital/5e9a41f84eb85/penggunaan-whatsapp-dan-instagram-melonjak-40-selama-pandemi-corona>
- Albarran, Allan B. (2013). *The Social Media Industries*. New York, USA: Routledge Taylor and Francis Group.
- Ardianto, E. (2009). *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayu, A. (2019). *Instagram Adalah Platform Berbagai Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Diakses pada 16 September 2020, dari <https://www.liputan6.com/teknologi/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagai-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>
- Brown, E. (2010). *Working The Crowd Social Media Marketing for Business*. UK: British Informatics Society Limited
- Butler, M. (2019, 9 September). *The 9 Habits of Highly Successful Content Creators*. Pesan ditulis di <https://blog.hubspot.com/marketing/5-habits-of-highly-successful-content-creators-list>
- Cathy J. Cobb-Walgren, Cynthia A. Ruble & Naveen Donthu (1995) *Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent, Journal of Advertising*. 24:3, 25-40. DOI: 10.1080/00913367.1995.10673481
- Cutlip, S. M., Allen H. C., Glen M. B. (2009). *Effective Public Relations: Tenth Edition*. United State of America: Prentice Hall.
- Darmadi Duranto, Sugiarto, Tony Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia.
- Durianto, dkk. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D., Sugiarto & Sitinjak, T. (2004) *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Et, A. (2016). *Content Marketing Decisions for Effective Internal Communication*. Diakses pada 9 September 2020, dari <https://doi.org/10.1515.mosr-2018-0008>
- Harris, L. (2008). *The Marketer's Guide to Public Relations*. New York: JohnWiley & Sons, Inc.
- Harris, T. & Wallen, Patricia T. (2006). *The Marketer's Guide to Public Relations in the 21st Century*. Mason: South-Western Educational Pub.
- Heinich, Molenda, Russel. (1996). *Instructional Media and New Technologies of Instruction*. New Jersey: Prentince Hall.
- Hootsuite and We Are Social. (2020). *Daily Time Spent with Media: Indonesia*. Diakses pada 3 Oktober 2020, dari <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Hootsuite and We Are Social. (2020). *Most-Used Social Media Platforms: Indonesia*. Diakses pada 3 Oktober 2020, dari <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Jefkins, F. (1995). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, F. (2004). *Public Relations: Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr., (2008). *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: Indonesia. Diakses pada 5 September 2020, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, Veronica Wong, John Saunders. (2008). *Principles of Marketing*. United States of America: Prentince Hall.
- Chaffey, Dave. (2002). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow, Essex: Prentince Hall.
- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mutia, C. (2019). *Bukan Media Sosial Biasa, Instagram Kini Jadi Platform Bisnis*. Diakses pada 16 September 2020, dari <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a552132151/bukan-media-sosial-biasa-instagram-kini-jadi-platform-bisnis>

- Peluang Besar Jadi Pengusaha Di Era Digital.* (2017). Diakses pada 2 September 2020, dari <https://kominfo.go.id/content/detail/9503/peluang-besar-jadi-pengusaha-di-era-digital/0/berita>
- Pulizzi, Joe. (2009). *Get Content Get Customers: Turn Prospects into Buyers with Content Marketing.* Boston: McGraw-Hill.
- Rossiter, J.R., & Percy, L. (1987). *Advertising & Promotion Management.* New York: McGraw-Hill International Book Co.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sari, N. (2020). *Data Pemprov DKI, 323.224 Pekerja Di-PHK dan Dirumahkan Imbas Covid-19.* Diakses pada 15 September 2020, dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/20/13175211/data-pemprov-dki-323224-pekerja-di-phk-dan-dirumahkan-imbac-covid-19>
- Setiawan, E. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Ed. 3). Jakarta: Balai Pustaka
- Soeparno. (1988). *Media pembelajaran bahasa.* Jakarta: PT. Intan Pariwara.
- Statistik, S. (2018). *What is A Content Creator?* Diakses pada 18 September 2020, dari <https://www.stateofdigitalpublishing.com/content-strategy/what-is-a-content-creator/>
- Sugiyama, Kotaro & Andree, Tim (2011). *The Dentsu Way.* United States: Dentsu Inc.
- Suparmo, L. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi.* Jakarta: PT. Indeks.
- Van Riel, C & Fombrun, C. J. (2007). *Essential of Corporate Communications.* USA & Canada: Routledge.
- Yudha, G. (2015). *Go-Jek Dikenal Berkat Media Sosial.* Diakses pada 5 September 2020, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150120165729-185-26013/go-jek-dikenal-berkat-media-sosial>
- Zarella, D. (2009). *The Social Media Marketing Book.* Canada: O'Reilly Media, Inc.
- Zote, J. (2020, 16 September). *Everything You Need to Know About IGTV.* Pesan ditulis di <https://sproutsocial.com/insights/instagram-tv/>