

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2008). *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ardianto, E. (2004). *Public Relations: Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung: Pustaka Quraisy Bandung.
- Ardhianto, C. & Purnama, B.E. (2009). Journal Speed – Sentra Penelitian Emgineering dan Edukasi. *Pembuatan Profil Multimedia Green House Book's And Coffee Break*. Diakses dari <https://ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/1136>
- Berelson, B. R., & Steiner, G. (1964). *Human Behavior: An Inventory of Scientific Finding*.
- Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (n.d.). *Effective Public Relations*. Dikutip dalam Soemirat, S., & Ardianto. (2002). *Dasar - Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Huotari, Ulkuniemi, Saraniemi, Malaska. (2015). *Analysis of Content Creations in Social Media by B2B Companues*. *Jurnal*. Dikutip dalam Silvia, M. (2019). *STRATEGI CONTENT CREATOR PADA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL : Studi Kasus pada Akun Instagram @pejuang.mahar*. (Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia, 2019). Diakses dari <http://repository.upi.edu/44/323/>
- Iriantara, Y. (2004). *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia.
- Kasali, R. (2000). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT Temprint.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Erlangga.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmayanti, I. (2020). *Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y*. Diakses dari <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sayugi. (2018). *Content Creator, Apa sih artinya?*. Dikutip dalam Hermawan, D. *Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif*. Diakses dari [https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472\\_Daniel\\_Content%20creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content%20creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Shannon, C., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*.
- Soemirat, S., & Ardianto. (2002). *Dasar - Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suprpto, T. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Agromedia Pustaka.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Vol. Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media
- <https://wearesocial.com/uk/>
- <https://databoks.katadata.co.id>