

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. R. A. dan D. S. F. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew) Marketing Communication Strategy Through Instagram Media (Case Study Forever Young Crew). *E-Proceeding of Managemen*, 4(3), 3123–3130.
- Amalia, N. (2021). *Profil UIN SUSKA RIAU*.
- Amrullah, J. (2021). *Manfaatkan Aplikasi Video Pendek Likee, Wanita Ini Raup Puluhan Juta dan Hijrah*. Gadgetdiva.Id.
- Antt, B. (2020). *aplikasi likeee, apa saja fitur dan fungsinya*. Blogspot.Com.
- Arifin, A. (1984). *Strategi komunikasi: sebuah pengantar ringkas*. Penerbit Armico.
- Atmoko, B. D. (2020, August). 7 Fakta Likee, Aplikasi Berbagi Video Pendek Kekinian. *Gizmologi*.
- Aulia, R. (2019). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Via Aplikasi TAnggerang Live Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Di Kota Tangerang. *Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 1–227.
- Austin Lee, R. (2020). *Strategi Content Creative dalam Meningkatkan Brand Awareness Summarecon Serpong di PT Dreambox Indonesia*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Budyanto, W. (2021, April). “Content Creator” sebagai Pilihan Karir Baru bagi Milenial. *Infopublik.Id*, <https://infopublik.id/>.
- Damar, agustinus mario. (2019). *Aplikasi Asal Singapura Ini Beri Penghargaan ke 67 Kreator Konten Indonesia*. Liputan6.Com.
- DigitalMamaID. (2017). *Konten Positif yang Patut Dibagikan di Media Sosial*. Digitalmama.Id.
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-dasar produksi televisi: Produksi berita, feature, laporan investigasi, dokumenter dan teknik editing*. Kencana.

- Fadhilla, M. R. (2021). *Strategi Media Online Bertuahpos . Com Dalam Penyajian Artikel Pada Rubrik Islampedia. 4655.*
- Fadil, V. (2020, September). Masuki Pasar Indonesia, LIKE App Miliki 200.000 Pengguna. *Warta Ekonomi.*
- Fahrudin, A. P. (2022). *Kontroversi Dalam Media Baru (Analisis Semiotika Konten Youtube Podcast Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien yang Diunggah Pada 10 Juli 2021).* FISIP UNPAS.
- Fatnilla, V., & Abdurrahman, M. S. (2019). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Go-jek (studi Kuantitatif Pada Mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung). *EProceedings of Management, 6*(1).
- Hermawan, D. (2018). Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial. *E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan, 1*, 1–12.
- Herna, H., Hiswanti, H., Hidayaturahmi, H., & Putri, A. A. (2019). Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan, 17*(2), 146–156. <https://doi.org/10.46937/17201926843>
- Ikhsan, M. (2020, August). Survei: 5 Media Sosial Paling Populer di Dunia. *CNN Indonesia.*
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No. 5 Tahun 2020 Tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat, Kementerian Komunikasi dan Informatika (2020).
- Izzaty, R. E., Astuti, B., & Cholimah, N. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Online “Grosir Kosmetik Karangjati.” *Angewandte Chemie International Edition, 6*(11), 951–952., 5–24.

- Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Januar, K., Meisyanti, & Nugroho, H. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *Jurnal IKRAITH-Humaniora*, 6(2), 136–145.
- Krumm, J., Davies, N., & Narayanaswami, C. (2008). User-Generated Content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4), 10–11. <https://doi.org/10.1109/MPRV.2008.85>
- Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, 1–8.
- Maeskina, M. M., Hidayat, D., & Maharani, I. F. (2021). IPPAR Model Pendekatan Content creator Dalam Mempertahankan Reputasi Di Media Snack Video. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Prenada Media.
- Mukarom, h zaenal. (2021). *Teori - Teori Komunikasi*. Pt Remaja Rosd-akarya.
- Munawa, I. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Ponorogo Dalam Mensosialisasikan Program Pencegahan Penyakit Menular Covid-19*. 242.
- Novi, U. (2021). *No Title*.
- Nugroho, S. (2021). Teknik kreatif produksi film : publikasi media sosial. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 7(1), 1–224.
- Prasetyo, K. F. (2013). *Modal Sosial Bank Plecit Di Kabupaten Gunung Kidul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*.

- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Intrans Publishing.
- Rachman, A. (2009). *Dasar-dasar Penyiaran*. Unri Press.
- Ramby, K. (2022). *Konsistensi Kreator Konten Tiktok Dalam Memproduksi Video Sebagai Aplikasi Nomor Satu Di App Store*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Strategi Public Relations Hotel dalam Membentuk Citra Objek Wisata. *Jurnal Aspikom*, 2(4), 255–271.
- Salimah, S., Nuraeni, R., & Haquq, R. (2021). Strategi Komunikasi Tim Gugus Tugas Covid-19 Dalam Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 3(2), 17–24.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430–436.
- Silvia, M. (2019). Strategi Content Creator Pada Dakwah di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Pejuang.Mahar). *Skripsi*.
- Simamora, N., & Saragih, F. V. J. (2021). Analisa proses produksi program siaran berita di lpp (lembaga penyiaran publik) rri (radio republik indonesia) medan dalam meningkatkan daya tarik pendengar. *Jurnal teknologi kesehatan dan ilmu sosial (TEKESNOS)*, 3(2), 271–279.
- Subakti, H., Chamidah, D., Siregar, R. S., Saputro, A. N. C., Recard, M., Nurtanto, M., Kuswandi, S., Ramadhani, R., & Sitopu, J. W. (2021). Metodologi Penelitian Pendidikan. In J. Simarmata (Ed.), *Google Buku*. Yayasan Kita Penulis.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (5th ed.). Bandung: Alfabeta,.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443.

- Susilowati, R. (2021). *Clickbait Pada Headline Youtube (Analisis Isi Pesan Terhadap Judul-Judul Konten Clickbait Di Channel Bobon Santoso Edisi Konten Tebarunya)*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Sutriyanto, E. (2020). *Tujuh Fakta Aplikasi Likee, Dipakai di 200 Negara Penggunanya Lebih Banyak Kaum Hawa*.
- Valiant, V. (2020). *Strategi Komunikasi Konten Podcast di Aplikasi NOICE (Studi Deskriptif pada Aplikasi NOICE sebagai Konten Audio Indonesia)*.
- Wahyudi, J. B. (1992). *Teknologi informasi dan produksi citra bergerak*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Surabaya: Pinus Book Publisher.
- Winosa, Y., & Rosmayanti. (2019, August). 67 Influencer dan Content Creator Indonesia Raih Berbagai Penghargaan dari Likee. *Warta Ekonomi*.
- Yoni, N. L. K. D. P., Pascasrani, N. N. D., & Joni, I. D. A. S. (2017). Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme. *Hospital Management*, 90, 42–43.
- Zuhro, F., & Faishol, M. (2021). Penggunaan Media Sosial Likee Menurut Perspektif Islam. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 3(2), 215–230.
- Zulfa, N. Q., Zabidi, H., & Mamun, muhammad yulian. (2021). Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 1(2), 110–120.