

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2022). *Kajian Teori: Pengertian, Cara Membuat dan Contoh*. Kajian Teori: Pengertian, Cara Membuat dan Contoh.
- Afifuddin, & Saebani, B. A. (2009). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-ruzz Media.
- Ardianto, & Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: PT Simbiosis Rekatama.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Efeendi. (1996). *Kepemimpinan dan Komunikasi*. Yogyakarta: Al-Amin Press.
- Effendy, & Uchjana, O. (2009). *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ellora, D. (2019). *Mengenal Berbagai Jenis Influencer di Media Sosial*. Diakses pada 7 Oktober 2022 pukul 16.25, dari <https://journal.sociolla.com/lifestyle/mengenal-influencer-media-sosial>.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital. *Ultimacomm*, 206-225.
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing untuk Pemula*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Ismail, K. (2018). *Social Media Influencers : Mega, Macro, Micro, or Nano*. Diakses pada 25 September 2022 pukul 20.12, dari <https://www.cmswire.com/digital-marketing/social-media-influencers-mega-macro-micro-or-nano>.

- Larasati, P. K., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. (2021). Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age). *SANDI : Seminar Nasional Desain* (pp. 1-8). Diakses pada 16 November 2022 pukul 16.10, dari <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102>.
- Lestari, M. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Kreditur Untuk Melakukan Kredit Di Pt. Adira Finance. *Jom FISIP*, 1-14.
- Moleong, J. L. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Moleong, J. L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda karya.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, & Wardhany, A. C. (2009). *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghaila Indonesia.
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu komunikasi : suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muslimin , K., & Maswan. (2017). *Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik*. Yogyakarta: Lingkar Media.
- Nartya, D. (2022). *The Basics of Public Relations for Artists: PR for Artists 2022*. Diakses pada 20 Desember 2022 pukul 10.15, dari <https://prnews.io/blog/pr-for-artists.html>.
- Purnama, F., & Huang, R. (2015). *Jago Jualan di Instagram*. Jakarta: PT Alona Indonesia Raya.
- Purwanto, D. (2006). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahmia, V., & Wijaksana, T. I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Sepatu Online Shop Retailhrpy Di Sosial Media Instagram. *e-Proceeding of Management*, 3713-3720.
- Ramadhan, A., Naswandi, C. N., & Herman, C. M. (2020). Fenomena Endorsement Di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 316-329.
- Rohmadi, A. (2016). *Tips Produktif Ber-sosial Media*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode penelitian bisnis : untuk skripsi, tesis, dan disertasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Teguh, H., & Rusli, R. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Theaker. (2016). *The Public Relations Handbook (5th Edition)*. New York: Routledge.
- Widjaya, H. (1997). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara.