

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sutanto. (2020). Peta Metode Desain, Program (pg. 91-94).
- Astuti. (2016). Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. Universitas Diponegoro. Diunduh 17 April 2023: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/14474>
- Institut Seni Indonesia Denpasar. Efektivitas *Content Creator* dalam Strategi Promosi di Era Digital. Diunduh 17 April 2023: isi-dps.ac.id
- Shiddiq Sugiono. (2020, Desember 7). Industri Konten Digital dalam Perspektif *Society 5.0*. Pusat Penelitian Ilmu Pengetahuan dan Teknologi – Kemenristek/BRIN. Diunduh 17 April 2023: <https://www.neliti.com/publications/417271/industri-konten-digital-dalam-perspektif-society-50-digital-content-industry-in777ytu> Karin Pradnya Larasati. (2021).
- Syahrul Efendi D. (2014, Oktober 24). Ekonomi Kreatif: Permasalahan, Tantangan dan Prospeknya. Universitas Muhammadiyah Malang. Diunduh 16 April 2023: <https://www.umm.ac.id/en/opini/ekonomi-kreatif-permasalahan-tantangan-dan-prospeknya.html>
- TFR, Tim editorial. (2023, Januari 16). Jenis Pekerjaan di Industri Kreatif Digital. Diunduh 16 April 2023: <https://tfr.news/berita/id/jenis-pekerjaan-di-industri-kreatif-digital.html>
- Wawan Budiyanto. (2021, April 2). ‘Content Creator’ Sebagai Pilihan Karir baru Milenial. Diunduh dari Infopublik.id: <https://infopublik.id/kategori/siaran-pers/523443/content-creator-sebagai-pilihan-karir-baru-bagi-milenial.html>