

DAFTAR PUSTAKA

- Clow, K., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communicatuons*. Pearson.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. New York: Routledge.
- Daymon, Christine, & Holloway, I. (2008). *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi *Public Relations* di Era Digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206-225.
- Gunelius, S. (2011). *Content marketing for dummies*. John Wiley & Sons.
- Helgeson, J. G., & Supphellen, M. (2004). *A conceptual and measurement comparison of self-congruity and brand personality: The impact of socially desirable responding*. *International Journal of Market Research*, 46(2), 205-233.
- Lavenita, L. (2021). Strategi Kampanye #HidupkanMimpimu Ruangguru dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus pada *Influencer Marketing* Ruangguru di TikTok) (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasih, M., Susanto, O. M., Fanshury, A. R., & Hermawan, S. (2020). *Influencer Dan Strategi Penjualan: Studi Netnografi Pada Pengguna Jasa Selebgram Sebagai Media Promosi*. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 135-144.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Odorico, J., Markmann, J., Melton, D., Greenstein, J., Hwa, A., Nostro, C., ... & Adams, A. (2018). *Report of the key opinion leaders meeting on stem cell-derived beta cells*. *Transplantation*, 102(8), 1223.
- Safitri, Y., & Ramadanty, S. (2019). Strategi Kampanye *Public Relations* melalui Peran *Key Opinion Leader* di Indonesia. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(2), 88-96.
- Suparyogo, I. (2001). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wibowo, T., & Yudi, Y. (2021, September). Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial TikTok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam. In Conference on Business, *Social Sciences and Technology* (CoNeScINTech) (Vol. 1, No. 1, pp. 662-669).