

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Aswaja Pressindo.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2020). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Applegate, E. (2005a). *Strategic Copywriting: How to Create Effective Advertising*. Rowman & Littlefield.
- Applegate, E. (2005b). *Strategic copywriting: How to create effective advertising*. Rowman & Littlefield.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill.
- Bernard, H. R., Wutich, A., & Ryan, G. W. (2017). *Analyzing qualitative data: Systematic approaches*. Sage.
- Company *Introduction*. (2016). <Https://Www.Smentertainment.Com/Overview/Introduction>.
- Copy. (2022). <Https://Dictionary.Cambridge.Org/Dictionary/English/Copy>.
- Darmalaksana, W. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan*.
- Dixon, S. (2021). *Share of Internet Users In Selected Countries Who Follow Any Type of Social Media Influencer as of July 2021*. <Https://Www.Statista.Com/Statistics/1274296/Global-Internet-User-Follow-Any-Social-Media-Influencer/>.
- Drewniany, B. L., & Jewler, A. J. (2008). *Creative strategy in advertising*. Cengage Learning.
- Edi, F. R. S. (2016). *Teori Wawancara Psikodagnostik*. Leutikaprio.
- Elsobeihi, M. M., & Naser, S. S. A. (2017). Effects of Mobile Technology on Human Relationships. *International Journal of Engineering and Information Systems (IJE AIS)*, 1(5), 110–125. <http://hdl.handle.net/10419/167579>
- Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction*. Sage.
- Gitosudarmo, I. (1999). *Manajemen Pemasaran*. BPPE.

- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hennessy, B. (2018). *Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media*. Citadel Press.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif: Advertising Era Digital*. ANDI.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Jayani, D. H. (2021). *Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia*. <Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/05/24/Proporsi-Populasi-Generasi-z-Dan-Milenial-Terbesar-Di-Indonesia>.
- Karsito, E. (2008). *Menjadi bintang: kiat sukses jadi artis panggung, film, dan televisi*. UFUK PRESS.
- Kemp, S. (2021). *DIGITAL 2021: GLOBAL OVERVIEW REPORT*. <Https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2021-Global-Overview-Report>.
- Kusrianto, A. (2007). *Desain Komunikasi Visual*. Andi.
- Landung, S. (2016). *Artist Management 101 Part 2: Kisah di Balik Panggung Hiburan*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Meifitri, M. (2020). Fenomena “Influencer” Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru Di Kalangan Generasi “Zoomer.” *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(2), 84. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v2i2.11772>
- Migotuwio, N. (2020). *Desain Grafis: Kemarin, Kini dan Nanti*. Alinea Media Dipantara.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising*. Prenadamedia Group.
- Mujahidah, I., & Soewardikoen, Didit. W. (2016). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KAMPUNG WISATA BISNIS TEGAWARU. *E-Proceeding of Art & Design*, 3, 531–537.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi dan Komunikasi*.
- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

- Noviriska. (2019). SOLUSI KONFLIK HUKUM BISNIS DALAM KONTRAK KERJASAMA ANTARA AGENCY MODEL DAN TALENT DENGAN PARA PIHAK PADA INDUSTRI ENTERTAINMENT. *KRTHA BHAYANGKARA*, 13(1), 76–99. <https://doi.org/10.31599/krtha.v13i1.15>
- O'Guinn, T. (2015). *Advertising and Integrated Brand Promotion*. Cengage Learning.
- Pattipeilohy, E. M. (2016). Citra Diri dan Popularitas Artis. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*.
- Pella, D. A. (2011). *Talent Management: Building Human Capital for Growth & Excellence*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pengguna Internet Indonesia Masih Didominasi di Jawa. (2021). <Https://Www.Cnnindonesia.Com/Teknologi/20210901114436-185-688266/Pengguna-Internet-Indonesia-Masih-Didominasi-Di-Jawa>.
- Reign, J. (2020). *Netizens Think These Are the Most Experimental Title Songs Released by SM Entertainment Girl Groups*. <Https://Www.Allkpop.Com/Article/2020/08/Netizens-Think-These-Are-the-Most-Experimental-Title-Songs-Released-by-Sm-Entertainment-Girl-Groups>.
- Romano, A. (2018). *How K-Pop Became A Global Phenomenon*. <Https://Www.Vox.Com/Culture/2018/2/16/16915672/What-Is-Kpop-History-Explained>.
- Sarsby, A. (2016). *SWOT Analysis*. Leadership Library.
- Setiawan, A. (2007). *Yuk Jadi Model*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, A. T. (2003). *Periklanan Promosi*. Erlangga.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Solomon, M., Russell-Bennett, R., & Previte, J. (2012). *Consumer Behaviour*. Pearson.
- Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran*. CAPS.
- Supriyono, R. (2010). *Desain komunikasi visual teori dan aplikasi*. Andi.

- Talenta.* (2021). <Https://Kbbi.Web.Id/Talenta>.
- Tan, C. (2021). *Mid-Year Influencer Marketing Report - 2021 Southeast Asia*.  
<Https://Www.Affable.Ai/Blog/Mid-Year-Influencer-Marketing-Report-2021-Southeast-Asia>.
- Tritanti, A. (2009). *CREATIVE TALENT BIDANG KECANTIKAN DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF*.
- Yusanto, F. (2017). *Buku Ajar Produksi Program Televisi Multi Camera*. Deepublish.