



**PENGARUH CONTENT CREATOR PADA APLIKASI REEL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN INOVASI GENERASI
MUDA**

*The Effect of Content Creator on Instagram Reel Applications in
Increasing Youth Generation Innovation*

Ni Luh Juliantari¹, Anak Agung Elik Astari², Ni Luh Indiani³

^{1,2,3}Universitas Mahendradatta

¹Email : juliantari306@gmail.com

²Email: elik.adoenku@gmail.com

³Email: luhindiani12@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of content creators on the Instagram Reel application in increasing the innovation of the younger generation. The population and sample in this study were Instagram reel users in Denpasar in September 2022. Data collection was carried out by distributing research respondents. Data analysis was performed using multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that content creators have a positive and significant effect on young generation innovation, Instagram reels have a positive and significant impact on young generation innovation. The implication of this research is that the younger generation must maintain and improve their creativity in creating new ideas and must increase innovation in the future. Then for further researchers to add other variables, which have not been included in this study in order to expand this research.

Keywords: *Content Creator, Instagram Reel, Young Generation Innovation*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Content Creator* Pada Aplikasi *Reel Instagram* Dalam Meningkatkan Inovasi Generasi Muda. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pengguna reels Instagram di Denpasar pada September 2022. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan responden penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa *content creator* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi generasi muda, *reels Instagram* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi generasi muda. Implikasi dari penelitian ini adalah generasi muda harus mempertahankan dan meningkatkan kreativitasnya dalam menciptakan gagasan gagasan baru serta harus meningkatkan inovasi dimasa yang akan datang. Kemudian untuk peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain, yang belum dicantumkan dalam penelitian ini agar dapat memperluas penelitian ini.

Kata Kunci: *Content Creator, Reel Instagram, Inovasi Generasi Muda*

PENDAHULUAN

Profesi *content creator* saat ini semakin dilirik oleh generasi muda karena bertolak belakang dengan definisi ‘bekerja’ yang tradisional. Dahulu rutinitas bekerja identik dengan datang ke kantor, berbisnis barang dan jasa, atau bekerja sebagai profesional di berbagai bidang. Saat ini, bekerja bisa dilakukan dari manapun dan kapanpun. Aktivitas berlibur bahkan bisa

dijadikan konten dan dicarikan sponsor sistem kerja yang dinamis dan tidak monoton inilah yang disukai oleh generasi muda generasi muda saat ini lebih suka memiliki pekerjaan yang memberi kebebasan waktu serta keleluasan berpikir kreatif *Content creator*, *youtuber*, dan *influencer* sudah sangat sering diperbincangkan dalam percakapan sehari-hari. Sejumlah profesi yang tergolong baru ini makin sering dilirik oleh kaum muda, karena dianggap menyenangkan, fleksibel, dan menjajikan pendapatan yang tinggi. Menurut Huotari, dkk (2015:372) *Content creator* merupakan kegiatan dalam menyebarkan informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarluaskan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial Instagram *Content creator* adalah orang yang membuat suatu konten, nantinya konten tersebut akan dibagikan ke berbagai media sosial terkenal, seperti Instagram, YouTube atau Facebook *Content creator* merupakan istilah yang mencakup sejumlah profesi.

Sesuai makna harfiahnya, *content creator* adalah mereka yang yang membuat konten secara kreatif untuk berbagai platform. Seorang content creator bisa membuat konten berupa video panjang untuk YouTube, *podcast* untuk Spotify, foto-foto estetik untuk Instagram, *tweet* unik untuk Twitter, video pendek untuk Tik Tok, dan lain-lain. Secara singkat, *content creator* adalah orang kreatif yang bisa menyampaikan pesan atau kampanye tertentu dengan menarik melalui media sosial.

Meski sudah banyak artis dan *public figure* yang sukses menjadi *content creator* di tanah air, kenyataannya masih cukup banyak orang yang belum paham etika dan dampak dari pesan di media social dari berbagai berita yang beredar, kita dapat dengan mudah menemui kasus *YouTuber* dan *influencer* yang dihujat, dirisak, bahkan diciduk oleh aparat berwenang karena melakukan hal-hal yang melanggar norma.

Fenomena ini menunjukkan bahwa sesungguhnya dibutuhkan kemampuan dan skill khusus untuk terjun ke dunia kreatif ini memahami etika media, mempelajari skill pembuatan konten kreatif, dan membangun *network* dengan praktisi di industri terkait adalah beberapa hal yang wajib dimengerti oleh seorang *content creator* hal itu tentunya tidak bisa didapatkan dalam satu atau dua hari, dibutuhkan waktu yang tidak singkat untuk menguasai itu semua.

Content creator juga banyak dimanfaatkan oleh pelaku pasar dalam bidang kecantikan untuk mempromosikan brand nya ,dengan adanya konten creator yang mempromosikan brand di reel instaram sangat memiliki banyak keuntungan karna mampu meningkatkan penjualan dengan membangun kepercayaan akan merek.

Motivasi generasi muda dapat berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan. Istilah motivasi memiliki arti daya gerak dalam diri seseorang yang akan mengarahkan suatu perilaku yang didalamnya terkandung unsur – unsur emosional dari diri generasi muda. Tujuan motivasi generasi muda mengarah pada perbuatan untuk mewujudkan cita – cita dengan cara menyeleksi perbuatan yang generasi lakukan yang demi tercapainya yang diinginkan dan mengenyampingkan sesuatu hal yang dapat menghalangi cita – cita tersebut. Seseorang generasi muda yang memiliki motivasi yang

tinggi maka dia akan belajar untuk menggapai keinginannya dari anak muda tersebut. Selain memerlukan motivasi anak muda ada hal lain yang penting dan berkaitan erat dengan motivasi yaitu inspirasi. Apabila generasi memiliki semangat motivasi yang kuat akan memunculkan suatu inspirasi begitu juga sebaliknya inspirasi dapat menjadikan sebuah motivasi bagi generasi muda untuk mencapai tujuannya.

Inovasi lahir dari kreativitas kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir alternatif gagasan baru yang berguna. Kreatif adalah sifat yang selalu mencari hal-hal baru sedangkan inovatif adalah sifat yang menerapkan solusi kreatif. Jadi kreatif tapi tidak inovatif adalah hal yang mubazir (Rusli, 2017). Istilah inovasi selalu diartikan berbeda-beda oleh beberapa ahli para ahli inovasi adalah jantung atau pusat aktivitas dari setiap perusahaan karena inovasi berperan penting pada kelangsungan perusahaan, serta Manajemen dari semua aktivitas antara lain proses pembentukan ide, pengembangan teknologi, proses pabrikan, dan pemasaran atas produk baru atau produk yang dikembangkan. Menurut Drucker (2012), Inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan, dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Hal ini dapat dipresentasikan sebagai sebuah disiplin, pembelajaran, dan dipraktikkan. Inovasi adalah perubahan metode atau teknologi bersifat positif yang berguna dan berangkat dari cara-cara yang sudah ada sebelumnya dalam melakukan sesuatu. Di sadari menurunnya jiwa idealisme, patriotisme, dan nasionalisme di kalangan masyarakat termasuk generasi muda. Kekurangpastian yang dialami oleh generasi muda terhadap masa depannya belum seimbang antara jumlah generasi muda dengan fasilitas pendidikan yang tersedia, baik yang formal maupun non formal. Tingginya jumlah putus sekolah yang diakibatkan oleh berbagai sebab yang bukan hanya merugikan generasi muda sendiri, tetapi juga merugikan seluruh bangsa. Kurangnya lapangan kerja / kesempatan kerja serta tingginya tingkat pengangguran / setengah pengangguran di kalangan generasi muda dan mengakibatkan berkurangnya produktivitas nasional dan memperlambat kecepatan laju perkembangan pembangunan nasional serta dapat menimbulkan berbagai problem sosial lainnya. Maka dari itu generasi yang lebih tua memberikan kesempatan pada generasi muda untuk menyampaikan ide dan pendapatnya.

Generasi muda juga perlu memberanikan diri untuk mengemukakan pendapat yang inovatif dengan tutur kalimat yang sopan tentunya. dengan adanya seorang *content creator* mampu memberikan inspirasi kepada generasi muda untuk menyalurkan bakat melalui platform digital, menunjukkan peluang karir bagi para kaum milenial sebagai content creator.

Berdasarkan uraian di atas maka dalam penelitian ini mengambil judul “Pengaruh content creator pada aplikasi reel instragram dalam meningkatkan inovasi generasi muda”.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2018:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan

data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dapat disimpulkan kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang masalah yang dibahas. Dengan skala Likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item *instrument* yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2018:133). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka dapat diberikan skor skala Likert, yaitu: skor 1 (sangat tidak setuju), skor 2 (tidak setuju), skor 3 (cukup setuju), skor 4 (setuju), dan skor 5 (sangat setuju).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi telah terdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas residual dilakukan dengan metode Kolmogorov-smirnov. Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-smirnov*, terlihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* untuk variabel residual sebesar 0,067 dan nilai signifikan pada 0,200 yang berarti di atas 0,05. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi Normal.

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas gejala adanya hubungan linear antara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinieritas. Suatu model regresi dikatakan bebas multikolinieritas. Jika mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 10 persen atau 0,1.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai Tolerance untuk variabel *content creator* sebesar 0,735 dan variabel *Reel Instagram* sebesar 0,735. hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10. Sedangkan hasil perhitungan VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk *content creator* sebesar 1,360 dan variabel *Reel Instagram* sebesar 1,360. hal ini menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel Keterbatasan *Content Creator* sebesar 0,903 dan *Reel Instagram* sebesar 0,084 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Variabel *content creator* memiliki koefisien regresi yang distandarisasi (β) sebesar 0,421 berarti *content creator* memiliki pengaruh positif terhadap inovasi, ini diartikan apabila meningkatnya *content creator* pada generasi muda maka inovasi akan meningkat. Variabel persaingan

reel instagram memiliki koefisien regresi yang distandarisasi (β) sebesar 0,406 berarti *reel instagram* memiliki pengaruh positif terhadap inovasi, ini diartikan apabila *reel Instagram* meningkat maka inovasi pada generasi muda akan meningkat.

Uji Koefisien Determinasi

Untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan R square yang sudah disesuaikan atau tertulis Adjust R Square, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi dalam Adjust R Square adalah sebesar 0,519, yang berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sebesar 51,9%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 48,1% dipengaruhi variabel lain di luar model regresi.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji signifikansi simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F sebesar 63,092 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel *content creator* dan *reel instagram* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.

Uji T

Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *content creator* dan *reel instagram* terhadap inovasi. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak, dan jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima. Nilai t-hitung variabel *content creator* adalah 5.632 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_1 diterima yang artinya *content creator* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Nilai t-hitung variabel *reel instagram* adalah 5,434 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_2 diterima yang artinya *reel instagram* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.

Pengaruh Content Creator Terhadap Inovasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content creator* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi dengan nilai t-hitung 5.632 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis satu yang menyatakan bahwa *content creator* berpengaruh positif dan signifikan diterima.

Digitalisasi serta kemajuan teknologi informasi dan jaringan internet telah membawa banyak manfaat untuk masyarakat. Selain memudahkan menjalankan kehidupan sehari-hari, pemanfaatan internet dan sumber daya digital di dalamnya termasuk media sosial akan memberi dampak positif. Salah satunya kini dengan transformasi digital berbagai profesi baru pun lahir, salah satunya content creator yang mendapat tempat di masyarakat.

Saat kondisi pandemi menurutnya setiap orang juga bisa membuat konten di rumah dengan membuat *cooking channel* berisi kegiatan memasak. Apalagi yang hobi memasak dan memiliki resep andalan bisa mencoba membuat konten tersebut agar berguna untuk audiens penontonnya sehingga dapat meningkatkan inovasi bagi generasi muda di masyarakat khususnya di kota Denpasar. Selain itu untuk yang tinggal di daerah kota generasi muda dapat membuat konten mengenai kondisi daerah perkotaan sehingga kota Denpasar semakin dikenal di masyarakat sekitar hingga luar

negeri. Hal ini dapat merangsang inovasi terhadap para *content creator* lainnya untuk menciptakan *content – content* yang lebih menarik penonton.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muslihah (2018) yang menemukan bahwa *content creator platform* instagram dapat mempengaruhi inovasi masyarakat. Kedua Sinaga (2018) menyatakan bahwa youtube beauty vlogger berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen yang menonton kontennya. Ketiga Alvysta (2019) menyatakan bahwa ada pengaruh *content creator platform* youtube Indonesia yang memiliki jumlah subscriber signifikan terhadap inovasi masyarakat Jawa Timur.

Pengaruh *Reel Instagram* Terhadap Inovasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *reel instagram* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi t-hitung 5,434 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis dua yang menyatakan bahwa *content creator* berpengaruh positif dan signifikan diterima.

Instagram *reels* merupakan fitur perekaman video pendek dengan durasi 15-30 detik. Selain bisa merekam video, fitur ini juga dilengkapi dengan *tools* efek dan *editing* lain yang membuat video mu semakin menarik. Sekilas fitur ini mirip dengan aplikasi TikTok, kamu bisa melihat video unggahan *reels* pengguna lain seperti ketika mendapatkan video *For Your Page* (FYP) pada TikTok.

Berikut ini adalah 3 kelebihan Instagram Reels yang berguna untuk meningkatkan inovasi: 1. Meningkatkan *engagement*. Setiap postingan Instagram Reels akan masuk ke dalam *Feed* dan juga *Explore* Instagram. Jadi pastikanlah agar kamu menghadirkan konten *Reels* menarik yang sesuai dengan identitas *brand*. Hal ini tentunya akan membuat banyak orang semakin penasaran dan langsung berkunjung ke profil *brand* kamu untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk atau jasa yang ditawarkan. 2. Menunjukkan *brand personality*. Konten *storytelling* yang *simple*, edukatif, dan menghibur dapat membantu kamu dalam menarik perhatian audiens serta memahami pesan yang ingin disampaikan. 3. Memperluas jangkauan pasar. Konten Instagram Reels dapat membantu kamu dalam memperluas target *market*. Sebab kamu akan mendapatkan banyak *traffic* pengunjung yang dihasilkan dari halaman *Reels Explore*. Oleh sebab itu, bila kamu ingin mengalami peningkatan *followers*, selain konten *Reels* yang menarik ada baiknya kamu juga harus menata rapi konten pada *Feed* dan juga *Story*. Semakin banyak *followers* maka semakin besar pula rasa kepercayaan orang terhadap bisnis kamu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustinus dan Marbun (2020) yang menemukan bahwa reel instagram dapat mempengaruhi inovasi pada *mepphoto project*. Kedua penelitian yang dilakukan oleh Agustinus dan Juniaidi (2020) yang menyatakan bahwa reel Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi pada pegawai.

Pengaruh *Content Creator* dan *Reel Instagram* Terhadap Inovasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content creator* dan *reel instagram* berpengaruh positif terhadap inovasi yang berarti hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *content creator dan reels instagram* berpengaruh

positif dan signifikan diterima.

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Menurut Oslo Manual (2013 :58) inovasi memiliki aspek yang sangat luas karena dapat berupa barang maupun jasa, proses, metode pemasaran atau metode organisasi yang baru atau telah mengalami pembaharuan yang menjadi jalan keluar dari permasalahan yang pernah dihadapi oleh organisasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indris (2019) menemukan bahwa *content creator* dan *reel instagram* berpengaruh positif terhadap inovasi. Kedua penelitian yang dilakukan oleh Agustinus dan Juniaidi (2020) yang menyatakan bahwa *content creator* dan *reel instagram* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.

KESIMPULAN

Content creator berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi generasi muda, *reels Instagram* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi generasi muda. Implikasi dari penelitian ini adalah generasi muda harus mempertahankan dan meningkatkan kreativitasnya dalam menciptakan gagasan-gagasan baru serta harus meningkatkan inovasi dimasa yang akan datang. Kemudian untuk peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain, yang belum dicantumkan dalam penelitian ini agar dapat memperluas penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbot, M.L. 2013. *Understanding And Applying Research Design*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Akbar, Aji Satria. 2019. *Strategi Content Creator Dalam Membentuk Brand Image Youtube Provoke! Sebagai Media Millennials Tugas Akhir. Disertasi*. Universitas Bakrie.
- Amalia, Naili. 2021. *Strategi Kreatif Kreator Konten Dalam Memproduksi Video Dakwah Di Akun Instagram @Bagussuhar. Disertasi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Azizah, Husnun. 2020. *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro)*. IAIN Metro, Lampung.
- Cross, Michael. 2013. *Social Media Security: Leveraging Social Network While Mitigating Risk*. Massachusetts: Syngress Elsevier.
- Drucker, P. F. 2012. *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- González-Bailón, S, and Nina Wang. 2016. *The Anatomy Of Protest Campaigns In Social Media. dalam Social Networks*. 44: 95-104
- Hair, et al. 2014. *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey : Pearson.
- Huotari, Ulkuniemi, Saraniemi, Malaska. 2015. *Analysis of Content Creation in Social Media by B2B Companies*. *Jurnal. Firlandia*: Oulu Business School, University of Oulu.
- Hutagalung. & Hermawan, D. 2018. *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.



- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE
- Indris, Andi Singkerru Rukka. 2021. *Pengaruh Content Creator Platform Youtube Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Pada Siswa SMA Negeri 1 Selaya*. Skripsi Manajemen
- Irum. 2016. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Rumah Pada Perumahan D, Cassablanca Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 2, 2016: 590-604. ISSN 2355-5408
<https://www.denpasarkota.go.id>
- Juniawati, Ayuningtyas. 2014) Pengaruh Ekspor dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- Mahadewi, Eka. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Makmur dan Thahier, Rohana. 2015. *Inovasi dan Kreativitas Manusia*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Neti, Ms Sisira. 2011) Social Media And Its Role Marketing. *Interntional Journal Of Entrerprise Computing And Business System*. ISSN(online) : 2230-8849.
- Oslo Manual. 2013 : *Guidelines For Collectingand Interpreting Innovation Data Third Edition*. A joint publication of OECD and Eurostat.
- Riyanti, B.P.D. 2019. *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta: Atma Jaya.
- Rusli, Muhammad. 2017. *Multimedia Pembelajaran yang Inovatif: Prinsip Dasar dan Model Pengembangan*. Yogyakarta: Andi.
- Sayugi. 2018. Content Creator, Apa sih artinya?. Retrieved September 14, 2020. *Jurnal Manajemen*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan ke27. Bandung: Alfabeta.
- Sundawa, Yusti Amelia, and Wulan Trigartanti. 2018. Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat* : 432-437.
- Sumantri, Endang. 2018. *Materi Pokok Pembinaan Generasi Muda*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Suryana. 2014. *Ekonomi Keatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutirna, H. 2018. *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono. 2016. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.



Wardhani, Jayanti Sukma. 2020. Pengaruh conten marketing dan influencer terhadap purchase intention generasi ,milenial dalam menggunakan layanan jasa bank syariah,dengan viral.mareting sebagai variabel intervening di era 4.0. *Jurnal Manajemen*

