



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asiani, F. (2020). *Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Yogyakarta: Quadrant.
- Bly, R. W. (2016). *The Copywriter's Handbook: A Step-by-Step Guide to Writing Copy That Sells*. New York: St. Martin's Griffin.
- Enterprise, J. (2011). *Jurus Sakti Copywriting di Twitter, Facebook dan Blog*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kelley, L., Jugenheimer, D., & Sheehan, K. (2015). *Advertising Media Planning: A Brand Management Approach 4th Edition*. New York: Taylor & Francis.
- Kurniawan, A. (2021, Juli 23). *Menaker Ida Yakin Industri Kreatif Mampu Hadapi Tantangan Pandemi Covid-19*. Diambil kembali dari Sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/read/490528/77/menaker-ida-yakin-industri-kreatif-mampu-hadapi-tantangan-pandemi-covid-19-1627020451>
- saranailmu. (2019, Agustus 2). *Pengertian Industri Kreatif Menurut Para Ahli dan Contohnya Lengkap*. Diambil kembali dari WeSchool.ID: <https://www.weschool.id/pengertian-industri-kreatif-menurut-para-ahli-dan-contohnya-lengkap/>
- Shaw, M. (2012). *Copywriting: Successful Writing for Design, Advertising, and Marketing*. London: Laurence King.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik: Edisi 2*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA