



### **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

- Afifah, L. N. (2019). Efektivitas Media Promosi Pada Produk Sandwich Goreng Merek Royal Sandwich. *Agribusiness Journal*, 13(1), 1-17.
- Agustine, H. W. (2019). TINJAUAN ALUR KERJA COPYWRITER DIVISI KONTEN SUITMEDIA . *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 40.
- Anaroga, P. (2011). *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- ariadi, w. (2020). jurus jitu menguasai copywriting : strategi sukses membangun bisnis dan meningkatkan pemasaran . In w. Ariadi.
- Ariyadi, W. (2019). *Jurus Jitu Menguasai Copy Writing: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Unicorn Publishing.
- Ashton, R. (2012). *Successful Copywriting In A Week (2th ed)*. US: The McGrawHill Companies, Inc.
- Baskoro, A. P. (2018). Gaya Eksekusi Iklan Digital Studio Workshop. *Jurnal Ilmu*.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication : Creative Strategy from Idea to I*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Bossio, D. (2017). *Journalism and Social Media*. Australia: Springer International Publishing AG.
- Brito, M. (2014). *Your Brand, The Next Media Company: How a Social Business Strategy Enables Better Content, Smarter Marketing, and Deeper Customer Relationships*. America: Que.
- Ekarina. (2020, 12 9). *Transformasi Bisnis Media di Era Digital Terus Bergulir*. From <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fcfc332efab0/transformasi-bisnis-media-di-era-digital-terus-bergulir> katadata:
- Handley, A. d. (2011). *Content Rules to Engage Customer and Ignite Your Business*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Indonesia, M. (2021, Desember 20). *mediaindonesia.com*. From Empat Tren Sustainable Fashion Sepanjang 2021: <https://mediaindonesia.com/weekend/458976/empat-trend-sustainable-fashion-sepanjang-2021>
- Kaushik, A. (2010, June). Podcasting in library environment. *Journal of Social Network Analysis and Mining*, 57, 122-129.
- Kusnandar, V. B. (2021, 8 14). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. From databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet>

indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia

- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang. *Jurnal Komunikasi Untar*, 83.
- Lindawati, S. H. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Lindgren, S. (2017). *Digital media & society*. London: Sage Publications.
- Maslen, A. (2015). Persuasive Copywriting. *Using Psychology to Influence, Engage, and Sell*, 13.
- Merril, T. L. (2011). *Social Media: The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks-Reputation, Legal, Operational-Be mitigated*. England: Information Law Group.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Poetra, R. R. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*.
- Putra, N. E. (2019, 04 9). *Bagaimana seharusnya seorang copywriter berpikir?* From kumparan: <https://kumparan.com/nugraha-eka-putra1542944612301/bagaimana-seharusnya-seorangcopywriter-berpikir-1qqvRjwNyBP>
- Rahadia, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58-70.
- Riyanto, A. D. (2021, Desember 6). *We are Social: Indonesian*. From Hootsuite: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Shaw, M. (2012). *Copywriting: Successful Writing for Design, Advertising and Marketing*. London: Laurence King Publishing.
- Straubhaar, J. D. (2012). *Media Now*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- ulty. (2020, 02 10). *pengertian copywriting dan contohnya* . From lancangkuning: <https://lancangkuning.com/post/15360/pengertian-copywriting-dan-contohnya.html>
- Yoo, K. H. (2011). *Creating More Credible and Persuasive Recommender Systems: The Influence of Source Characteristics on Recommender System Evaluations*. *Recommender Systems Handbook*. Vienna, Austria: Springer.