

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, H. R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand. *Jurnal Kominfo*.
- Ashton, R. (2012). *Copywriting In A Week*. US: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Bly, R. W. (2020). *The Copywriter's Handbook: A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells*. New York: NY: St. Martin's Griffin.
- Doni. (2021, Juli 22). *Industri Kreatif Mampu Hadapi Tantangan Pandemi*. Diambil kembali dari [kominfo.go.id: https://kominfo.go.id/content/detail/35905/industri-kreatif-mampu-hadapi-tantangan-pandemi/0/berita](https://kominfo.go.id/content/detail/35905/industri-kreatif-mampu-hadapi-tantangan-pandemi/0/berita)
- Febriani, L. (2021, Januari 28). *Daftar 7 Agensi Periklanan Terbaik Untuk Brands Managers 2021*. Diambil kembali dari [Tribunnews.com: https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/01/28/daftar-7-agensi-periklanan-terbaik-untuk-brand-managers-2021](https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/01/28/daftar-7-agensi-periklanan-terbaik-untuk-brand-managers-2021)
- Future Mediatrix Group. (2019). *FMG is an Experienced Social Media & Digital Activation Company*. Diambil kembali dari [futuremediatrix.com: https://www.futuremediatrix.com/](https://www.futuremediatrix.com/)
- Guolla, M., Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication* (Sixth Canada Edition ed.). Canada: McGraw Hill Education.
- Lingga, M. A. (2019, Agustus 16). *Industri Kreatif Punya Kontribusi pada Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Diambil kembali dari [kompas.com: https://money.kompas.com/read/2019/08/16/204100026/industri-kreatif-punya-kontribusi-pada-pertumbuhan-ekonomi-indonesia](https://money.kompas.com/read/2019/08/16/204100026/industri-kreatif-punya-kontribusi-pada-pertumbuhan-ekonomi-indonesia)
- Macy, B., & Thompson, T. (2011). *The Power of Real Time Social Media Marketing*. California: Awareness Inc.
- Mitchell, N., Wells, W., & Moriarty, S. (2015). *Advertising & IMC*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ngalimun. (2013). *Perkembangan dan Pengembangan Kreativitas* (Ninth ed.). Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

- Pamungkas, P. (2020, Juni 12). <https://m.tribunnews.com/amp/bisnis/2020/06/12/tribunnewswiki-mengenal-pt-bukit-asam-persero-tbk-perusahaan-batu-baru-nasional>. Diambil kembali dari www.tribunnews.com: <https://m.tribunnews.com/amp/bisnis/2020/06/12/tribunnewswiki-mengenal-pt-bukit-asam-persero-tbk-perusahaan-batu-baru-nasional>
- Rosdiana, L. A. (2019). Ketidakefektifan Kalimat Pada Caption Instagram Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti. *Jurnal Ilmiah Pend. Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah*.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way*. New York: McGraw Hill Professional.
- Waseso, R. (2019, November 24). *Mengintip bakat-bakat unik di balik industri periklanan Indonesia*. Diambil kembali dari www.kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/mengintip-bakat-bakat-unik-di-balik-industri-periklanan-indonesia?page=2>
- Waseso, R. (2021, September 3). *Pemerintah dorong industri kreatif bangkit di tengah pandemi Covid-19*. Diambil kembali dari kontan.co.id: <https://amp.kontan.co.id/news/pemerintah-dorong-industri-kreatif-bangkit-di-tengah-pandemi-covid-19>

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA