

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, P. H. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye #Semuajugabisa di Instagram Terhadap Brand Image MS Glow For Men. *Journals UMS*.
- Ardiansyah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online*. CV. Cendekia Press.
- Ariyadi, W. (2019). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Unicorn Publishing.
- Diantami, A. Y. (2020). Pengaruh Metode Brainstorming Terhadap Tingkat Pengetahuan dan Rasionalitas Penggunaan Obat Swamedikasi. *Jurnal Repository Unair*.
- Dwisari, W. S., Sari, R. T., & Andriyanto, R. N. (2022). Strategi Social Media Handling oleh Divisi Business Strategic Di PT RWE Bhinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Fauzan, R. (2021, April 22). *Belanja Iklan 2020 Moncer, Nielsen: Ini Proyeksi untuk 2021*. Retrieved from Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210422/12/1384960/belanja-iklan-2020-moncer-nielsen-ini-proyeksi-untuk-2021>
- George, P. 2018. Content Creation: An Entrepreneur's Guide to Creating Quick Efficient Content that hooks and sells. Abhishek Kumar via PublishDrive: India
- Hamdani, Y. (2019). Strategi Digital Marketing PT. Indosat Ooredoo Medan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Interaksi*.
- Harina, S. (2019). Kajian Copywriting Iklan Bukalapak, Tokopedia dan Shopee Kategori Bulan Ramadhan. *Jurnal UNIKOM*.
- Humam. (2021). *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya*. Retrieved from gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Kustiawan, W., Kartika, N. W., Kesuma, C. I., Silalahi, F. A., & Nasution, A. M. (2022). Kampanye dalam Pemasaran Politik dan Brand Politik. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*.
- Lesca Gadai Premier. (2023). *Lesca Gadai Premier Profile*. Retrieved from lescagadai.co.id: <https://www.lescagadai.co.id/profile>

- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.
- M. V. Yogantari dan N. K. A. Dwijendra, "Visual Content by Consumer in Promoting Sustainable Culinary Business," *J. Soc. Polit. Sci.*, vol. 2, no. 3, hal. 610–615, 2019, doi: 10.31014/aior.1991.02.03.102
- Nazara, D. S. (2021). The Effect of Advertising On Sales Volume At Tricomsel Stores Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*.
- Oktayani, D. (2019, 12). Pelelangan Barang Gadai Dalam Perspektif Islam. *IQTISHADUNIA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 260-269.
- Perdana, E. (2023, 1 31). *Apliasi Notion dan Beragam Fitur yang Membantu Tingkatkan Produktivitas*. Retrieved from glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/aplikasi-notion-untuk-produktivitas/>
- Riadi, M. (2022, 11 19). *Content Marketing*. Retrieved from kajianpustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2022/11/content-marketing.html>
- Robert, A. (2012). *Successful Copywriting*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Setiawan, I., & Savitry, Y. 2016. *New Content Marketing*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative Digital Marketing: Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, dan Berdaya Hasil Gemilang*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Take Away di Denpasar. *Jurnal NAWALA Visual*.
- Zein, M. F. 2019. *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*. Mohamad Fadhilah Zein: Yogyakarta.