

DAFTAR PUSTAKA

- Purba, N., Yahya, M., Nurbaiti, M. Kom., (2021). Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis dan Implementasinya, Vol. 9 No. 2, 91-98. <https://ejournal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/JPSB/article/view/2103/959>
- Satata, M., B., D., Nopriyanto, R., (2023). Digitalisasi Sebagai Media Pembelajaran Sosial Psikologi Era Society 5.0, Vol. 25, No.2, 86-93. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/download/5020/3538>
- Yhattaun, M., Aesthetika, M. N., (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran Fotografi Pernikahan, Vol 7 (2714-7444). 6-11. <https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/2938/1579?download=pdf>
- Pradana, H. R., (2020). Analisis Hasil Belajar Peserta Didik Menggunakan Media Audio Visual (Analisis Deskriptif Kualitatif dengan Teknik Studi Literatur di Sekolah Dasar. 26-38. <https://repository.unpas.ac.id/49728/7/7.%20BAB%20II.pdf>
- Hendriyani, D. A. G. I., (24.04.04).Siaran Pers : Kemenparekraf Dukung Simposium “Nostalgia For The Present 2024” Potret Industri Fotografi Indonesia. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-kemenparekraf-dukung-simposium-nostalgia-for-the-present-2024-potret-industri-fotografi-indonesia>
- Wisnubroto, K. (2023.12.27). Industri Kreatif Terus Moncer. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7859/industri-kreatif-terus-moncer?lang=1?lang=1>
- Ngogo, L. V., Hidayat, T., Wiyanto., (2019). Pendidikan di Era Digital, 631. <https://jurnal.univpgrilembang.ac.id/index.php/Prosidingpps/article/view/3093/2912>.

- Suleman, D. (2023). Strategi Copywriting Untuk Menulis Promosi Offline Atau Online. PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 1-6.
<https://journal.yp3a.org/index.php/pakmas/article/view/1543>
- Adinugroho, M., Sari, R., & Rasyid, R. A. (2023). Pelatihan copywriting sebagai sarana komunikasi sebuah brand dan strategi meningkatkan penjualan di sosial media Instagram. Indonesia Berdaya, 4(3), 895-902.
https://www.researchgate.net/publication/371619056_Pelatihan_copywriting_sebagai_sarana_komunikasi_sebuah_brand_dan_strategi_meningkatkan_penjualan_di_sosial_media_instagram
- Syifa, S., & Setiawan, E. (2023). Pengaruh Promosi Produk Halal terhadap Minat Beli Konsumen. PERSON: Perspectives in Communication, 1(1), 12-18.
<https://journal.sbpublisher.com/index.php/person/article/download/14/11>
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 1(4), 178-190.
<https://jurnal.penerbitseval.com/jurnal/index.php/kompeten/article/download/23/20>