

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2021). *Naskah Adalah: Pengertian dan Jenis Naskah*. Deepublishstore.  
<https://deepublishstore.com/pengertian-naskah/>
- Agustrijanto. (2006). *Copywriting Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, K., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Bailon, G., & Wang, N. (2016). The Anatomy Of Protest Campaigns In Social Media. In *Sosials Networks*.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.  
<https://doi.org/10.1111/J.1083-6101.2007.00393.X>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital marketing : Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.). Pearson.
- Chloe, N., & Dharmik, K. M. (2018). *Digital Marketing & Social Media. International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions*. Tripude Institute of Chaffey.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2012). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. Pearson
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. Pearson.

- Digital Marketing: Pengertian dan Strategi Penerapan Bisnis.* (n.d.). Retrieved November 16, 2022, from <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya>
- Ditamei, S. (2022). *Pengertian Revisi Adalah: Berikut Jenis, Tujuan dan Tahap Menulisnya.* Detikjabar. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6212499/pengertian-revisi-adalah-berikut-jenis-tujuan-dan-tahap-menulisnya>
- Dms, A. (2018). Manfaat *Copywriting* untuk Beriklan Di Media Sosial. Digital Marketing School Bandung. <https://www.digitalmarketingschool.id/manfaat-copywriting-untuk-beriklan-di-media-sosial/>
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek.* Remaja Rosda Karya.
- Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOSMETIK WARDAH DI KOTA SURAKARTA. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3).
- Indarto, A. T. (2016). *PENGARUH CITRA MEREK PADA KESEDIAAN KONSUMEN UNTUK MEMBAYAR HARGA PREMIUM PRODUK STARBUCKS.* Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Jefkins, Frank, 1996, Periklanan, Edisi ke-3, Jakarta : Erlangga
- Jensen, K. (2015). *What's Social About Social Media?.* *Social Media + Society*, (2nd ed., Vol. 1).
- Kelly, L., Kerr, G., & Drennan, J. (2010). Avoidance of Advertising in Social Networking Sites. *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), 16–27. <https://doi.org/10.1080/15252019.2010.10722167>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2.* Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Erlangga.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). THE CORRELATION BETWEEN INSTAGRAM SOCIAL MEDIA USAGE AND COMPETENCY OF MEDIA LITERACY AT UPT NATIONAL INSTITUTE OF TECHNOLOGY LIBRARY. *EduLib*, 8(1).
- Lane, W. R., King, K. Whitehill., & Reichert, Tom. (2011). *Kleppner's Advertising procedure*. Pearson.
- Nistrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Kobis.
- Putri Amanda, D., & Aslami, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(3).
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi pemasaran strategi dan taktik: Vol. xiv*. Ghalia Indonesia. <https://lib.ui.ac.id>
- Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Rusydi, A. (2021). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENDUKUNG BISNIS ONLINESHOP*.
- Wahyuni, Purbohastuti. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231. <https://doi.org/10.35448/JTE.V12I2.4456>
- Zulfikar, A. R. (2017). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND TRUST PADA FOLLOWERS INSTAGRAM DOMPET DHUAFA CABANG YOGYAKARTA. *AL-IDARAH: JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI ISLAM*, 1(2). <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>,