

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alam, W. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Sumedang: Megapress.
- Fithriyah, M. (2021). *Dasar-Dasar Teori Organisasi*. Jakarta: *Institute for Research and Development Riau*.
- Romli. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Setiawan & Soerjoatmodjo. (2021). *Buku Pedoman Kerja Profesi Universitas Pembangunan Jaya*. Tangerang Selatan: UPJ Press.
- Setiawan, I., Savitry, Y. (2016). *New Content Marketing*, 9. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyuti, T. (2023). *PRODUKSI KONTEN DIGITAL*, 100-115. Depok: Proxy Media.

JURNAL

- Agustin, S. K., Hartanti, N. D., Randyantini, V., & Fitriana, H. (2023). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING CREATIVE AGENCY BUSINESS TO BUSINESS MELALUI MEDIA INSTAGRAM KINAJA INDONESIA. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 585-600.
- Basnet, S., & Auliya, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 26.
- Dewi, R.S. (2022). Tantangan dan Peluang Global Mahasiswa dan Lulusan Pendidikan Bahasa Inggris Pada Masa New Normal Menuju Era 5.0. Jakarta: UIN Press.
- Febriyanti, Y., Suryasuciramadhan, A., Zulfikar, M., Nurhasanah, S., & Amalia, D. (2024). Penggunaan Media Sosial TikTok Produk The Originote Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 341–350.
- Harun, A.S. (2023). LAPORAN KERJA PRAKTIK JOBHUN COPYWRITING PROJECT.
- Julius, A. H., Agustin, D. A. C. (2022). Strategi Copywriting dalam Meningkatkan Kerjasama Pada Telkom Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2).

- Khoeroni, U. Siti & Nurhadi, Z. Fachrul. (2024). Pendampingan Pembuatan Konten dan Publikasi Gerakan Sosial bagi Anggota Remaja Masjid. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4 (2), 303.
- Pranajaya, N. K. & Rachman, R.S. (2022). Strategi Komunikasi Copywriter dalam Pemasaran Konten (Analisis Studi Kasus di Instagram Napak Jagat Pasundan). *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Purba, E. Lestari. (2017). PENERAPAN METODE BRAINSTORMING DALAM PEMBUATAN IKLAN TENTANG BAHAYA NARKOBA. *Majalah Ilmiah INTI*, 4(2), 28.
- Purnomo, C.A., Wibowo J. Hari, & Jupriono. (2023). 'Analisis Proses Produksi Konten Kreatif Pada Kanal Youtube Kembara Sunyi'.
- Rosadi, A. Rinaldy, Meliasanti, F., & Setiawan, H. (2022). Analisis Struktur Berita Covid-19 pada Kompas.com dan Tempo.co Edisi Mei 2021 dan Rekomendasinya sebagai Bahan Ajar Menulis Teks Berita pada Siswa SMP. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 2.
- Sari, M. (2022). PROSES KEMITRAAN DIGITAL CREATIVE AGENCY DI T VIRUS MEDIA INVESTARA. Hal 1.
- Satria, H. Widi. & Agustine, D. Kurnia. (2019). TINJAUAN ALUR KERJA COPYWRITER DIVISI KONTEN SUITMEDIA DALAM INDUSTRI KREATIF PEMASARAN DIGITAL. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(1), 39.
- Setiawan, R.D. (2018). PERAN SOCIAL MEDIA STRATEGIST SEBAGAI SARANA DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT IKLAN NUU MILD DAN ACCESS MILD DI PT. AJITA INDONESIA.
- Widjaya, M. Malika & Setiawan, B. (2024). Tinjauan Atas Content Marketing PT Pojok Satu Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 4(3), 332.
- Wijaya, N., Anwar, S., & Abrar, U. (2022). Peran Copywriter Dalam Pembuatan Konten Sebagai Sarana Media Informasi Digital Pada Dinas Kominfo Sumenep. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 25.

ARTIKEL

- V, N. (2021). Pengertian Struktur Organisasi: Fungsi, Jenis, dan Contoh. Diakses pada 25 Oktober 2024, dari <https://www.gramedia.com/literasi/struktur-organisasi/>
- Bayu. (2021). Peluang Karir untuk Kamu yang Punya Skill Copywriting. Diakses pada 4 Desember 2024 dari: <https://dealls.com/pengembangan-karir/cara-menjadi-copywriter>