

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. (2021). *Manajemen Kewirausahaan Era Digital Edisi Revisi*.
- Adha, S., Fahlevi, M., Rita, & Rabiah, A. S. (2020). Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR) Volume:*, 1(June), 70–82. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/28>
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten Di Media Sosial. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160. <https://www.researchgate.net/publication/348296842>
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <http://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- Akhsin, S. (2022). *Pengaruh Copywriting dan Kualitas Visual Konten Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Pengguna Instagram di Kelurahan Tanjung Selamat*. 89.
- Amin, R. F. (2020). Computer Mediated Communication (Cmc) Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 14(2), 341–360. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v14i2.796>
- Andriyan, W., Septiawan, S. S., & Aulya, A. (2020). Perancangan Website sebagai Media Informasi dan Peningkatan Citra Pada SMK Dewi Sartika Tangerang. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 6(2), 79–88. <https://doi.org/10.54914/jtt.v6i2.289>
- Annur, C. M. (2023a). *Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia*. [Www.Databoks.Katadata.Co.Id](http://www.Databoks.Katadata.Co.Id). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia#:~:text=Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia,-Teknologi %26 Telekomunikasi&text=Menurut laporan terbaru We Are,peng>
- Annur, C. M. (2023b). *Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak ke-4 di Dunia*. [Www.Databoks.Com](http://www.Databoks.Com). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram->



- social-media-specialist/#:~:text=dari profesi tersebut%3F-,Apa Itu Social Media Specialist%3F,platform media sosial perusahaan tertentu
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2275, 20–26. <https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/view/4466>
- Keepengasih. (2020). *Cara Menulis Berita*. [Www.Pengasih.Kulonprogokab.Go.Id](http://www.Pengasih.Kulonprogokab.Go.Id).
- Lesmana, F. (2017). *Feature Tulisan Jurnalistik yang Kreatif*. 166. [https://repository.petra.ac.id/20356/1/Publikasi1\\_09025\\_3382.pdf](https://repository.petra.ac.id/20356/1/Publikasi1_09025_3382.pdf)
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129. <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/670/576>
- Mundiasari, K. (2022). *Pola Hubungan Antar Manusia Sebagai Insan Pendidikan*. 12(Desember), 64–80. [www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id](http://www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id)
- Naddiya, F. (2021). Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram @Modalku melalui Digital Marketing. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(2), 255. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.12623>
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>
- Nugroho, N. A. S. (2021). Analisis Kelayakan Penulisan Berita Pada Portal Berita Islam Online Pancaran.Net. *Mamba'ul 'Ulum*, 17(1), 37–48. <https://doi.org/10.54090/mu.11>
- Nurliah. (2018). Konvergensi dan Kompetisi Media Massa dalam Memenangkan Pasar di Era Media Digital di Makassar. *NBER Working Papers*, 19(1), 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Perdanasari, A., & Wiedyudja, P. (2023). *Analisis Proses Produksi Program TVRI Sport Pagi*. 1(4).
- Pranajaya, N. K., & Rachman, R. S. (2022). Strategi Komunikasi Copywriter dalam Pemasaran Konten (Analisis Studi Kasus di Instagram Napak Jagat

- Pasundan). *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 3(2), 83.  
<https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.2.1685>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51.  
<https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 203–212.
- Putri, H. P. (2022). Analisis Teknik Penulisan Berita dalam Meningkatkan Kualitas Berita pada Media Sosial Youtube Jurnal12. –2003, 8.5.2017, 777-787 2005.
- Ramli, A. (2022). *Etika Profesi Kependidikan*.
- Ridwan, M., & Vera, N. (2019). Mistisisme Dalam Program Televisi (Analisis Resepsi Pemirsa Pada Program Menembus Mata Bathin di ANTV). *Jurnal Komunikatif*, 8(2), 121–131. <https://doi.org/10.33508/jk.v8i2.2198>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Juli 2023*. [Www.Dataindonesia.Id](http://www.dataindonesia.id).  
<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-juli-2023>
- Rustiati, A. W. S. (2021). *Gaya Penulisan Teras Berita pada Berita Utama Surat Kabar Surya*. 4(November), 111–128.
- Saw, M. (2018). *Diktat Jurnalistik Fix*.
- Setiadi, A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82.  
<https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. (2019). Model dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram dan Pembentukan Budaya Visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 147.  
<https://doi.org/10.31315/jik.v16i2.2698>
- Suleman, D. (2023). Strategi Copywriting Untuk Menulis Promosi Offline Atau Online. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(1), 1–6.  
<https://doi.org/10.54259/pakmas.v3i1.1543>

- Surajiyo, S. (2022). Prinsip-Prinsip Etis Profesi Akuntan. *Prosiding Serina*, 781–788. <https://journal.untar.ac.id/index.php/PSERINA/article/view/19803>
- Triadi, R. B., Hapsari, N. E., & Nursalim, M. P. (2022). Pelatihan Menulis Kreatif Berbasis Media Populer Pada Alumni Sastra Indonesia di Lingkungan Universitas Pamulang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.32815/jpm.v3i1.469>
- Uba, N. (2018). *Dampak Media Sosial Terhadap Minat Baca Siswa SMS Negeri 1 ILE APE di Kabupaten Lembata*. 1–26.
- Utomo, T. P. (2022). Optimalisasi Media Sosial untuk Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 5(1), 99–133. <https://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/24369>
- Wahyudi, A., Rokhim, A., & Romadhan, M. I. (2022). Membangun Citra Cafe Grande Garden Dalam Bingkai Sosial Media Instagram. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 02(04), 25–32.
- Widada, C. K. (2018). Mengambail Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan Perpustakaan. *Jurnal Komunikasi*, 1(1), 1–10.
- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. [Www.Dataindonesia.Id. https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023](https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023)
- Wiriany, D., & Pratami, T. V. (2019). Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer. *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain*, 2(02), 25–30. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v2i02.199>
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway Di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8–16. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>
- Zainuddin, A. (2019). Pengaruh Content Planning pada Instagram Story Akun @ini&ituproject. In *Jurnal*.