

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Putu. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Universitas Brawijaya Press : Malang.
- Bly, R. W. (2020). *The Copywriter's Handbook: A Step by Step Guide to Writing Copy That Sells*. New York: St, Martin's Griffin.
- Hackley, Chris & Amy R. Hackley. (2018). "Advertising at The Threshold: Paratextual Promotion in The Era of Media Convergence" *Marketing Theory Book*.
- Hardiana, A. (2014). Pengaruh Program Kampanye "Say No To Plastic Bag" Oleh The Body Shop Terhadap Partisipasi Masyarakat, *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. 2(13), 164-168.
- Hutagalung, I. (2015). *Teori-teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks.
- Jefkins, F. (1996). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Leoni, O. M., & Shinta, H. Putri. (2020). Implementasi Teknik Copywriting pada Aplikasi Tiket.Com sebagai Online Travel Agent (OTA) - *Faculty Communication and Design - Repository UNIBI*. 77-91.

- Manovich, L. (2018). *Digital Traces in Context “100 Billion Data Rows per Second: Media Analytics in the Early 21st Century”*. *International Journal of Communication*.
- Martin, D. (2020). *Seni Penulisan Efektif Untuk Digital Marketing*. Jakarta Utara : Asosiasi Digital Marketing Indonesia.
- Monavia A. Rizaty. (2023, May 3). Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023. [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id/); <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023> ,diakses 23 September 2023.
- Morissan. 2010. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Norhabiba Fitri & Mutia. (2023) The Application of Elaboration Likelihood Model in the @campaign\_id Account for Millennials to Take Social Action. *Atlantis Press Journal*. 7(24), 417–423.
- Nuryadi. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Pratama & Permatasari. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*. 11(1), 42-43.
- Rahmasari H, & Lutfie. (2020). Efektivitas Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Aplikasi Edulogy di Bandung Tahun 2019. *E-Proceedings of Applied Science Journal*, 6(1), 15.
- Riyadi, H. (2022). Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet. [Nesabamedia](https://www.nesabamedia.com);

<https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/> ,diakses 16 Oktober 2023

Rizal, V. Z. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) terhadap Kesadaran Merek. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 4(1), 75.

Robert. A (2012). *"Successful Copywriting"*. The McGraw-Hill Companies, Inc.

Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Schwartz, E. (1966). *Breakthrough Advertising: The Psychology of Selling What People Want*. New York: Simon & Schuster.

Semarang Wegah Nyampah (@semarangwegahnyampah). Instagram. (2020). Instagram.com. <https://www.instagram.com/semarangwegahnyampah> ,diakses 19 September 2023.

Setyarini, W. Asih. (2020). Strategi Komunikasi “Semarang Wegah Nyampah” dalam Membangun Awareness Masyarakat untuk Mengurangi Sampah Plastik. *Jurnal Riptek*, 14(2), 122–127.

Setyowati, L. (2023). *Copywriting Periklanan Batik Semarang di Instagram @Batiksemarang16 - Jurnal Komunikasi dan Media* 3(1), 15-28.

Shaw, M. (2012). *Copywriting Successful Writing for Design, Advertising, and Marketing*. United Kingdom: Laurence King Publishing. Second Edition.

Sheriff, N., Aisya S. Z., & Nur, W. (2018). *Accentuating Customer Engagement, Visual Presentation and Copywriting for Effective Social Media*, (8)12, 1619-1628.

- Siregar. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- SIPSN - Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2023). Menlhk.go.id.  
<https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/timbunan> ,diakses 19  
September 2023.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :  
Alfabeta.
- Suhandang, K. (2004). *Public Relations Perusahaan*. Bandung: Nuansa.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*.  
Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syafrikurniasari & Safira P. Widiani. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No  
Straw Movement di Media Sosial terhadap Perubahan Sikap Publik. *Lugas  
Jurnal Komunikasi*. 4(1), 17–26.
- Tarigan, A. (2022). Peran *Copywriting* Media Sosial dalam Meningkatkan Minat  
Konsumen terhadap Produk *West Burger*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu  
Sosial dan Politik*. 2(3), 1-10.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta:Ghalia  
Indonesia.
- Winarsunu, Tulus. (2009). *Statistik Dalam Psikologi Pendidikan*. Malang :  
Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yudaninggar, K. S., & Prabowo, I. D. (2022). Pengaruh Kampanye Public  
Relations New Normal terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Heha  
Sky View Yogyakarta. *Academic Journal of Da'wa and Communication*,  
3(1), 35–50.

Yoyoh, Hereyah. (2014). Iklan Mobil di Media Cetak Analisis Elemen  
*Copywriting* dan Visualisasi di Majalah SWA. *Jurnal Visi Komunikasi*,  
13(2), 169–184.

