

DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, Vol 9,(2):176-182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Aryani, I. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*. Volume 2(2), 466-477. ISSN 2808-1617
- Dewi, S. R., Umam, R. K., Gustiawan, R., & Rahmadani, N. (2024). Pemanfaatan Copywriting Instagram Prabowo Subianto Sebagai Sarana Memenangkan Suara Masyarakat dalam Pemilihan Presiden. *Jurnal Mahasiswa Humaniora*, Vol 1, (1):157-169.
- Ekantoro, J., Roosinda, F. W., & Nabilah, F. A. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif Copywriting Pada Akun Instagram @mie.gacoan. *Jurnal Intelektual Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*. Vol 10,(1).
- Griffin, E. A. (2011). *A First Look At Communication Theory Eighth Edition*. Texas: Connect Learn Succeed.
- Halim, N. W. A., Amin, H., & Susilawaty, F. T. (2024). Strategi Copywriting @Beauty.Kendari: Pendekatan Teori AIDA Dalam Meningkatkan Engagement Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*. Vol 9(1)
- Hana, A. F., Desrizal., Dewi, A., Wulandari, S. H., & Fantini, E.(2024). Peran Copywriting Pada Iklan "Jadi Lebih Baik" Bank Mandiri Di Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)*. Volume 1(4).
- Instagram @desawisata_tingkirlor. (2024). [www.instagram.com, diakses: 20 November 2024](https://www.instagram.com/desawisata_tingkirlor).
- Lesnussa, R., Pratama, V., Carlof, C., Putri, R. D., & Desara, M. M. (2023). Strategi Pengembangan Kapabilitas Organisasional Dalam Era Digital Fokus Pada Adaptasi Dan Inovasi. *Journal of Management and Creative Business*. Vol 1, (3):101–14. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i3.1161>.

- Mayasari, E. A., Putra, Y. P., & Puspita, N. V. (2023). Pengaruh Copywriting terhadap Minat Beli Konsumen Food and Beverage dimediasi Brand Awareness pada Pengguna Instagram di Kediri. *Accounting and Management Journal*, Vol 7(2): 63–71. <https://doi.org/10.33086/amj.v7i2.4959>.
- Nabil, M., Sugandi, & Ghufro. (2021). Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Pada Akun Instagram @Griizelle.Id). *eJournal Ilmu Komunikasi*. Vol 9 (3):16-30.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creative.
- Nurfitri, D., & Dama, M. S. D. (2024). Eksplorasi Bahasa dan Gaya Copywriting Instagram dalam Identitas Merek pada Akun @telkomselnow. *Promedia, (Public Relation Dan Media Komunikasi)*. Vol 1:1-17
- Padaniah, N. Y., & Haryono. (2021). Perspektif Sosiologi Ekonomi Dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol 3(1):1-14.
- Putri, D. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengembangan Bisnis: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*. Vol. 1(3):42-50
- Rizti, F. (2024, May 29). 185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024. GoodStats Data. www.data.goodstats.id, diakses: 25 Oktober 2024.
- Satria, H. W., & Agustine, D. K. (2023). Tinjauan Alur Kerja Copywriter Divisi Konten Suitmedia Dalam Industri Kreatif Pemasaran Digital. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*. Vol 2, (1)
- Subiyanto, L. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @hollace.id). *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume XXVII(3), ISSN: 1978-6972.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta.
- Suleman, D. (2023). Strategi Copywriting Untuk Menulis Promosi Offline Atau Online. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*. Vol 3(1):1-6.
- Tarigan, A. A. (2020). Peran Copywriting Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk West Burger. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial dan Politik*. Vol 2(3):1-10.
- Telaumbanua, A., Zebua, Y., Telaumbanua, A., & Harefa, E. B. (2024). Pemuda Digital : Menciptakan Peluang di Era Teknologi. *Community Development Journal*. Vol 5(4):7818

Tingkir Lor Desa Wisata. (2023). www.tingkirlordesawisa.wixsite.com, diakses: 20 November 2024.

Wijaya, D. (2022). *Formula Copywriting Seni Merangkai Kata untuk Lejitkan Penjualan*. Laksana.

