

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Penerbit SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Agustrijanto. (2001). *Copywriting Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Akhsin, Syaiful. (2022). Pengaruh *Copywriting* Dan Kualitas Visual Konten Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna Instagram Di Kelurahan Tanjung Selamat, Medan. Medan: Universitas Medan Area
<https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18896/1/188320285%20-%20Syaiful%20Akhsin%20Fulltext.pdf>
- B, Intan dan A Meirina. (2023). Redesain Konten Instagram Interaktif Sebagai Media Promosi Seblak Dapur Mini. *Jurnal Komunikasi ARTIKA*. 7 (01). 78-91.
<https://ejournal.ikado.ac.id/index.php/artika/article/view/661>.
- Harahap, Agung. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*. 07(02). 15. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/1273-Article%20Text-3414-1-10-20210128.pdf>
- Hassan, Muhammad, dkk. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Penerbit Tahta Media Group.
- Iskandar, Joni (2020). Analisis Pengaruh Model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) Terhadap Tingkat Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Islamic Banking*. 5(2). 39. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/114-Article%20Text-286-1-10-20200220.pdf>
- Jesslyn, & Agustini Sih, G. (2021). *Application Of Copywriting Elements In Social Media Advertising Drinking Products Now In Creating Consumer Interest*. *Jurnal Komunikasi*. 55–67.
<http://eprints.kwikiangie.ac.id/2618/1/COPYWRITING%20JURKOMBIS%20VOL%209%20NO%201%202021.pdf>
- Kanthi, Yekti Asmoro. (2018). Pengaruh Iklan dan *Public Relation* Terhadap Citra Institusi Serta Keputusan Mahasiswa Memilih Kampus STIKI Malang Sebagai Tempat Studi. *Jurnal Komunikasi Strategis*. 12 (01). 76. https://www.researchgate.net/profile/Yekti-Kanthi/publication/328947656_Pengaruh_Iklan_dan_Public_Relation_terhadap_Citra_Institusi_dan_Keputusan_Mahasiswa_Memilih_Kampus_STIKI_Malang_sebagai_Tempat_Studi/links/5c5a92b345851582c3d18865/Pengaruh-Iklan-dan-Public-Relation-terhadap-Citra-Institusi-dan-Keputusan-Mahasiswa-Memilih-Kampus-STIKI-Malang-sebagai-Tempat-Studi.pdf
- Kumalasari, Nadiya. (2022). Strategi Komunikasi *Copywriter* dalam Pemasaran Konten. *Jurnal Komunikasi*. 3(2). 5-10.
https://www.researchgate.net/publication/366626688_Strategi_Komunikasi_Copywriter_dalam_Pemasaran_Konten_Analisis_Studi_Kasus_di_Instagram_Napak_Jagat_Pasundan

- Ong, Fidela Valencia. (2022). Analisis Penerapan Teori Model AISAS pada Praktek Pembuatan Campaign Imlek 2022 BCA. *Journalsm.* 01(01). 2-5. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12279>
- Prajarini, Dian dan Dwisanto Sayogo. (2021). *Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk UMKM Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman.* *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia.* 7(01). 190-191. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/4139>
- Sherriff, Nooraini Mohamad, dkk. (2019). *Accentuating Customer Engagement, Visual Presentation and Copywriting for Effective Social Media Marketing: A Case Study.* *Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.* 8(12). 1623. https://www.researchgate.net/publication/334502946_Accentuating_Customer_Engagement_Visual_Presentation_and_Copywriting_for_Effective_Social_Media_Marketing_A_Case_Study
- Tarigan, Aryanda Azman. (2021). Peran *Copywriting* Media Sosial dalam meningkatkan Minat Konsumen terhadap Produk *West Burger.* Medan. <http://repository.umsu.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/16482/SKRIPSI%20ARYANDA%20AZMAN%20TARIGAN.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- TR Purwasih dan AN Yogatama. (2023). Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi. *Jurnal Komunikasi MSC.* 14 (01). 521-527. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/download/4484/1420>.
- Wijaya, Nur Qoudri. (2022). Peran *Copywriter* dalam Pembuatan Konten Sebagai Sarana Media Informasi Digital pada Dinas Kominfo Sumenep. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia.* 08(01). 7-25. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/7352/3940>
- Yogantari, Made Vairagya. (2021). Kajian Pengaruh *Copywriting* Kreatif terhadap Identitas Brand Kedai Kopi *Takeaway* di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual.* 03(01). 3-9. [file:///C:/Users/ACER/Downloads/160-Article%20Text-1148-1-10-20210430%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/160-Article%20Text-1148-1-10-20210430%20(1).pdf)
- Zetyadi. (2022). *Penggunaan Bahasa Persuasif Penjualan Barang Dalam Iklan Media Instagram.* Sulawesi Tengah: Universitas Tadulako.