

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Simon and Schuster.
- Abdillah, L. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening media Publishing.
- Abdussamad, Z. (2021a). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Abdussamad, Z. (2021b). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31618>
- Adiputra, R. F. (2024). Strategi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Pada Brand Minuman Haus! *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2, 207–212.
- Agustrijanto. (2002). *COPYWRITING: Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Albrighton, T. (2010). The ABC of Copywriting. *ABC Business Communications Ltd*, 97.
- Andini, W., Fitriani, D., Khairun, L., Purba, N., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 1, 6–12.
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Blair Feehan. (2024). *2024 Social Media Industry Benchmark Report*. RivalIQ. <https://www.rivaliq.com/blog/social-media-industry-benchmark-report/>
- Bly, R. (2005). *The Copywriter's Handbook: A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells (4th Editon)*. Henry Holt and Company, LLC.
- Bungin, B. (2010). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media Group.
- D. Green, Dr. D., & Martinez, Dr. R. (2018). In a World of Social Media: A Case Study Analysis of Instagram. *American Research Journal of Business and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.21694/2379-1047.18012>

- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Egim, A. S., Nardo, R., Yuliana, L., Ratnasari, K., Nugraha, J., Lasminingrat, A., Kusuma, H. W., Fauziridwan, M., Sudirman, A., Winata, A., Imron, A., Nursalim, A., Syahputri, A., Oktavianti, P., Zulbahri, L., Yuhendra, A., & Wardhana, A. (2024). *Branding Strategy di Era Digital*. : EUREKA MEDIA AKSARA.
- Fianka, F., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mahsudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Gabriella, V. (2023). *SENI COPYWRITING: Dari Tulisan Jadi Cuan*. PT Elex Media Komputindo.
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>
- Heryana, A. (2020). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Universitas Esa Unggul, December*, 1–14.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*. ALFABETA, cv.
- Indibiz. (2024a). *Ekosistem Digital*. Indibiz. Co.Id. <https://indibiz.co.id/#ekosistem-digital-indibiz>
- Indibiz. (2024b). *Mengenal Indibiz Lebih Dekat: Solusi Lengkap untuk Hadapi Tantangan Bisnis di Era Digital*. Indibiz.Co.Id. <https://indibiz.co.id/tentang-indibiz>
- Indibiz. (2024c). *Mengenal Indibiz Lebih Dekat: Solusi Lengkap untuk Hadapi Tantangan Bisnis di Era Digital*. Indibiz.Co.Id. <https://indibiz.co.id/tentang-indibiz>
- James, G. (2023). *Introduction to Instagram*. Gilad James Mystery School.
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). PENELITIAN TENTANG INSTAGRAM. *MAKTABATUN Journal: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 20–26.

- Keller, K. L. (2012). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Vol. 17, Issue 3). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1108/jcm.2000.17.3.263.3>
- Khalil, I., Saggaff Shihab, M., & Hammad, H. (2023). Pengaruh Konten dan Copywriting Instagram Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(3), 307–317. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i3.3483>
- Krawczyk, N. (2022). *Copywriting Strategies A No-Nonsense Guide to Writing Persuasive Copy for Your Business*. Callisto Publishing.
- Kriyantono, R. (2008). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Prenada Media Group.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Maryolein, S., Dwina Hapsari, N., & Oktaviani, R. C. (2019). Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Garde*, 7(1), 19. <https://doi.org/10.36080/avg.v7i1.849>
- Moleong, J. L. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Fadhil Maulana. (2024). Pengaruh Strategi Call To Action Marketing dalam Konten Tiktok dan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Kalangan Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(1), 69–81. <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.365>
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020a). *Digital Marketing*. Penerbit CV. Pena Persad.
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020b). *Digital Marketing*. Penerbit CV. Pena Persad.
- Nasrullah, R. (2022). *MANAJEMEN KOMUNIKASI DIGITAL: Perencanaan Aktivitas, dan Evaluasi*. KENCANA.
- Nasution, S. (2009). *Metotde Research (Penelitian Ilmiah)*. PT Bumi Aksara.
- Novie Rahmawati. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(2), 13–19. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i2.149>

- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). *Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness*. 3(1), 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Putra, I. S. (2023). Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Indibiz di PT. Telkom Indonesia. ... *Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains*, 1(1), 299–306.
- Putra, R. (2024). *Buku Praktis Copywriting: Panduan Mengkomunikasikan Selling, Marketing, dan Branding melalui Tulisan*. PT Elex Media Komputindo.
- Putri, M. L., Sutjipto, V. W., Sary, M. P., Firdausah, L., & Amarawati, Y. P. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Informasi Penyebaran Dakwah Kepada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. *Kinesik*, 8(3), 284–296. <https://doi.org/10.22487/ejk.v8i3.204>
- Rahayu, D., Kurnia Utama, L., Rakha Muqadimmah, A., Ayuni, D., Meyrizka Utami, A., & Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta, S. (2024). *The Influence of Hook Copywriting and Social Media Content Toward Brand Awareness, Brand Image, and Purchase Decisions in MSMEs in Sleman District*. 25(1), 34–43.
- Rahma, H., & Hariyana, N. (2023). Penggunaan Digital Marketing terhadap Peningkatan Brand Awareness PT Produk Zilla Akademi Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1821–1828. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1211>
- Rangkuti, F. (2009). *the Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek serta Analisis Kasus dengan SPSS*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sitorus, S., Romli, N., Tingga, C., Putri, S., Ghetta, A., Wardhana, A., Nugraha, K., Hendrayani, E., Susanto, P., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2020). *BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING* (A. Sudirman, Ed.). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Sugiyono. (2013a). *METODE PENELITIAN KUANTATIF, KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2013b). *METODE PENELITIAN KUANTATIF, KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA, cv.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif)*. Alfaberta Bandung.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- 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>
- Sulistyawati. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit K-Media.
- Surachman. (2008). *DASAR-DASAR MANAJEMEN MEREK: Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan*. Bayumedia Publishing.
- Vairagya Yogantari, M., Gst Bagus Bayu Baruna Ariesta, I., & Tinggi Desain Bali, S. (2020). The creative copywriting on takeaway coffee brand identity. *Architecture & Design (IMADe)*, 1(October), 341–347.
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(3), 279–290. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290>
- Victoriia, P. (2020). *Psychology the Psychological Role of Ethnic Identity*. 3(March), 31–34. <https://doi.org/10.31435/rsglobal>