

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C. (2021). *Copywriting for Engagement: A Guide to Audience Connection*. New York: Media Connect.
- Asian Shipowners' Association. (n.d.). Overview. Retrieved from <https://www.asianshipowners.org>.
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Azwina, D., & Yusuf, S. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gapa Citramandiri, Radio Dalam – Jakarta Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 28–43.
- Backaler, J. (2018). *Digital Influence. Unleash the Power of Influencer Marketing to Accelerate Your Global Business eBook*. Glendale, CA, USA: Palgrave.
- Brown, L. (2020). *Effective Copywriting: The Art of Influence*. Los Angeles: TextPro Media.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: The psychology of persuasion (Rev. ed.)*. Harper Business.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. New York: Routledge.
- Chen, Y., & Zhang, R. (2019). "The Influence of Persuasive Writing on Reader Engagement." *Journal of Mass Communication*, 15(3), 123-145.
- Chen, Y., & Zhang, X. (2019). The Influence of Copywriting on Reader Engagement in Digital Communication Channels. *Journal of Communication Studies*, 18(4), 123-140.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (18th Edition)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Digital News Report. (2020). *Understanding Audience Preferences in Digital Media*. Reuters Institute.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Federation of ASEAN Shipowners' Associations. (n.d.). About FASA. Retrieved from <https://www.fasa.org>.
- Fridayanthie, Mahdiati, 2016, Rancang Bangun Sistem Informasi Permintaan ATK Berbasis Intranet, *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol. 4, No. 2
- Harigo Wibawa Satria, Luqman Hakim Arifin (ed). 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. Cet 1*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.

Indonesian National Shipowners' Association. (n.d.). About Us. INSA. Retrieved from <https://insa.or.id/about-us/>.

International Chamber of Shipping. (n.d.). Shipping and World Trade: World Seaborne Trade. ICS Shipping. Retrieved from <https://www.ics-shipping.org/shipping-fact/shipping-and-world-trade-world-seaborne-trade/>.

International Maritime Organization. (n.d.). About IMO. Retrieved from <https://www.imo.org>.

Iriantara, Y. (2019). HUMAS PEMERINTAH 4.0. *Media Nusantara*, 16(1), 13–26

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

Jin, Y., Lin, J., & Austin, L. (2020). Examining the role of technology in crisis communication: From communication to engagement in a digitally networked era. *Journal of Public Relations Research*, 32(1-2), 47-62.

Johnston, R., & Rowney, A. (2021). The Role of Bulletins in Organizational Communication: A Comprehensive Review. *Corporate Communications Journal*, 25(3), 456-472.

Kementerian Perhubungan. (2023, Desember 15). Menhub dorong partisipasi anggota INSA jadikan Indonesia hub laut Asia Tenggara. Diakses pada 30 Desember 2024, dari <https://kemenhub.go.id/post/read/menhub-dorong-partisipasi-anggota-insa-jadikan-indonesia-hub-laut-asia-tenggara>

Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson

Lestari, D. N., & Pratama, A. H. (2021). Integrasi Media Digital dan Copywriting dalam Strategi Publikasi Buletin Organisasi. *Jurnal Komunikasi Digital*, 10(3), 145–160.

Marchanda, F., & Akmaluddin, T. (2023). Dinamika media komunikasi: Tantangan, peluang, dan transformasi dalam era digital. *ENCOMMUNICATION: Journal of Communication Studies*, 1(2), 156–167.

Men, L. R., & Bowen, S. A. (2017). *Excellence in Internal Communication Management*. New York: Business Expert Press.

Miller, P. (2019). Effective communication in the maritime industry: The role of bulletins. *Maritime Studies*, 12(2), 145-160.

Miller, K., & Barbour, J. B. (2020). *Organizational Communication: Approaches and Processes* (8th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.

M Ridwan Yunus, & Irwan. (2018). Komunikasi Antar Budaya Dilingkungan Isip Yapip Biak Papua (Studi Tentang Komunikasi Antar Budaya Antara Mahasiswa).

Muslimin, Khoirul. (2019). *Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature Biografi, Artikel Populer dan Editorial*. Yogyakarta: UNISNU.

Pew Research Center. (2021). *Mobile Technology and Home Broadband 2021*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>

Pramudito, S. (2018). Teori Komunikasi Organisasi. *Komunikasi 101*, 95–112. <https://komunikasi101.wordpress.com/2018/07/27/teori-komunikasi-organisasi/>

Pratama, A. H., & Lestari, D. N. (2021). Peran Copywriting dalam Strategi Komunikasi Organisasi di Era Digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(2), 112–125.

Prasetyo, E. D. (2020). Strategi copywriting dalam komunikasi korporasi: Meningkatkan keterlibatan pembaca melalui pesan persuasif. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 17(2), 123-134.

Putri, A. D., & Nugroho, H. A. (2020). Strategi Copywriting dalam Membangun Identitas Merek pada Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(1), 75–88.

Purba, B. (2020). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi (Issue 97 August)*.

Putra, A. R., & Santoso, F. (2022). Strategi Komunikasi Digital untuk Memperkuat Identitas Organisasi di Era Transformasi Informasi. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, 12(1), 89–102.

Putri, A., & Susanto, B. (2021). Komunikasi organisasi dan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan: Pendekatan teori komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 7(2), 112–123.

Rafi'I, (2024). *Asmara Copywriting dan Digitalisasi*. CV Widina Media Utama.

Ramadhani, Rahmat. (2017). Jaminan Kepastian Hukum Yang Terkandung Dalam Sertipikat Hak Atas Tanah, *Jurnal Hukum De Lega Lata*, 2 (1), 142.

Riyanto, Kurniawati, 2018, Rancang Bangun Website Desa Kresek-Madiun untuk Media Informasi Potensi Wisata Alam dan Kuliner, *Jurnal Sistem Informasi Ilmu Komputer Prima Vol.1, No.2*.

Rizki, Juni Wati Sri. (2016). *Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan*. Sleman: CV. Budi Utama.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational behavior (17th ed.)*. Pearson Education.

Rogers, D. L. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*. Columbia Business School Publishing.

Santosa, R. B., & Rahman, A. (2019). Peran Strategis Bahasa dalam Komunikasi Organisasi: Studi pada Publikasi Media Internal. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 11(3), 45–60.

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press.

Smith, J. (2020). *The power of words: Effective copywriting in a digital world*. New York, NY: Digital Press.

Srinivasan, V. (2020). The role of copywriting in marketing communication. *Journal of Marketing*, 45(3), 15-23.

Suryadi, A., & Mahendra, R. (2020). Copywriting sebagai Strategi Komunikasi Internal dan Eksternal di Era Transformasi Digital. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(2), 159–172.

Tahrin, Houtman & Muhammad Nasir. (2019). *Keterampilan Pers dan Jurnalistik Berwawasan Jender*. Sleman: CV. Budi Utama.

ToffeeDev. (2024, August 2). 15 strategi copywriting yang efektif untuk meningkatkan promosi. ToffeeDev. Retrieved from <https://toffeedev.com/blog/ads/copywriting-untuk-promosi/>

White, R. (2022). *Persuasive Communication in Print Media*. London: Academic Press.

Yusri, D., & Nuraini, F. (2019). Strategi Copywriting pada Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Engagement Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 7(3), 120–135.