

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Cholil, A. M. (2018). 101 branding ideas: Strategi jitu memenangkan hati konsumen. Anak Hebat Indonesia.
- Effendy, Onong Uchjana. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasali, R. (2013). *Manajemen Periklanan dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Lane. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition, London: Pearson Education.
- L. M. ATUCHA, S. C. LORA, "Marketing Social: Aproximaciones Teóricas Desde la Práctica." La Paz, SEAMOS, 1995.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian Cet. 9*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books, 1(1), 3-4.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*.
- Sugiyono, P. (2017). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods)*. Penelitian Tindakan.
- Susanto, G. M. (2017). *The power of Digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Widyatama, R. (2007). Pengantar periklanan. Yogyakarta Pustaka Book Publisher.

### Jurnal:

- Aldisa, R. T. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Dengan Menerapkan Metode *Multi-Attribute Utility Theory* Pada Pemilihan *Content Writer*. *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)*, 4(2), 380-387.
- Amalia, H. Z. Strategi Komunikasi Persuasif Akun Instagram Bincang Jiwa dalam Meningkatkan Pengetahuan Kesehatan Mental Followers (*Bachelor's*

*thesis*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Andiani, A. N. (2021). Aspek-Aspek yang Harus dikuasai oleh *Content Writer* pada *Digital Agency* Sugarad.
- Arifin, R. D. (2022, Desember 24). Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll.
- Asilady, Y. (2017). *The Role of Content Writer in Managing Official Website Content of Geronimo FM (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada)*.
- Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 5-6.
- Carr, Caleb T dan Rebecca A. Hayes. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining. Atlantic Journal of Communication*. Volume 23. 2015.
- Faerch, C., & Kasper, G. (1984). *Two ways of defining communication strategies. Language learning*, 34(1), 45-63.
- Freitas-da-Costa, M., Silva, W. C., Paula, T. S., Silva, D. O., & Vieira, M. G. (2011). *Social Marketing and Nonprofit Organizations. International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 5(5), 462-467.
- Imran, M. (2022). Proses dan Hambatan dalam Penulisan Konten di Situs Web oleh Agensi Periklanan Digital. *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 7 (1), 44-57.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970-1978.
- Kotler, P. (1978). *NONPROFIT ORGANIZATIONS. Mind*.
- Pranajaya, N. K., & Rachman, R. S. (2022). Strategi Komunikasi *Copywriter* dalam Pemasaran Konten (Analisis Studi Kasus di Instagram Napak Jagat Pasundan). Buana Komunikasi. *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2), 83-93.
- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. *Jurnal Komunikasi Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness*.
- Putri, S. A. Z., & Samsudin, A. (2023). Optimalisasi Sosial Media Marketing untuk Meningkatkan Konversi Penjualan pada Usaha *Catering* Rumahan. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(3), 165- 170.
- Richadinata, K. R. P., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional (*Doctoral dissertation, Udayana University*).

- Rindi Oktavia, R. O. (2020). Pengaruh *Content Writer* Dalam *Digital Content*.
- Rosandy, O. (2021). Peran *content writer* dalam produksi konten digital marketing di Instagram @cloudideas. id.
- Waddah, S. R. A. (2021). Perancangan Konten Promosi Digital Platform *Crowdsourcing* Lindungihutan Pt. Lindungi Bumi Nusantara.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (*communications and social media*). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. Diakom. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.

**Situs internet:**

- Instagram. 2013. *Instagram statistics*. <http://instagram.com/press> LindungiHutan.  
2022. <https://lindungihutan.com>
- Ma'soem University. 2021. Mengenal Strategi *Conversion* Dalam Bisnis Digital. Ma'soem University. <https://masoemuniversity.ac.id/berita/mengenal-strategi-conversion-dalam-bisnis-digital.php>
- We are social*. 2023. *The Changing World Of Digital In 2023*. *We are social*. <https://wearesocial.com/id/2023/01/the-changing-world-of-digital-ini-2023>