

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16.
- Kustiawan, W., Kartika, N. W., Kesuma, C. I., Silalahi, F. A., & Nasution, A. M. (2022). Kampanye dalam Pemasaran Politik dan Brand Politik. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 959-964.
- Levrando, J. C. (2021) Copywriter di Dunia Digital Harus Adaptif. Diambil dari <https://web.usd.ac.id/fakultas/sastra/sasindo/detail.php?id=berita&noid=917>
- Liliweri (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. hal 699- 700
- Mona, N., & Pramulia, R. R. F. (2022). Peran *Copywriter* dalam Membangun Brand Awareness Sarimi PUASS di Instagram. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1), 7.
- Permata, A. P. (2023). *Aktivasi Brand di Bulan Ramadhan (Kampanye Lifebuoy# Waktunya Ramadhan 10x10 PT Unilever Indonesia Tbk 2022)*. Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis e-commerce di Indonesia. *Neo-Bis*, 9(2), 32-40.
- 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.
- Pratama, N. W. A. (2022). Strategi Kampanye Komersial Mcdonald's dalam Kemasan BTS Meal. *JSRW (Jurnal Seni Rupa Warna)*, 10(1), 38-51.
- Pratiwi, S. R. (2019). Manajemen Kampanye Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Pengurangan Prevalensi Balita Stunting. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 1-19.
- Ramadhani, S. N. (2020). Peran *Copywriter* dalam Meningkatkan Brand Awareness PT. Himiko Medika Utama Semarang.
- Ruslan (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. hal 25-26
- Saputri, M. A. G., & Pamungkas, I. N. A. (2021). Komunikasi Retorika Oleh Brand Ambassador dalam Kampanye Kosmetik Cruelty-Free. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 9(1), 14-20.
- Satria, H. W., dkk (2019). Tinjauan Alur Kerja *Copywriter* Divisi Konten Suitmedia dalam Industri kreatif Pemasaran Digital. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(1).
- Sirait, Normawati & Maryam, Siti & Priliantini, Anjang. (2018). Influence of the Campaign "Let's Disconnect to Connect" on Anti-Phubbing Attitude (Survey in Line Starbucks

Trijanto, A. (2001). Copywriting: Seni mengasah kreativitas dan memahami bahasa iklan.  
*Bandung: Remaja Rosdakarya.*

TikTok, Indonesia. [@tiktokofficialindonesia]. (2023, Agustus 11). Ini cara @Mikha Tambayong encourage semua orang untuk terus belajar. Tungguin cerita para pejuang satu tujuan lainnya ya! 🙌 #Serunya17an #PejuangSatuTujuan [Video]. TikTok.  
<https://vt.tiktok.com/ZSFt6f2En/>

TikTok, Indonesia. [@tiktokofficialindonesia]. (2023, Agustus 12). Berjuang lewat karya adalah cara @Roman Nuansa jadi pejuang yang memperkenalkan budaya. Terinspirasi untuk pakai kain juga gak guys? #Serunya17an #PejuangSatuTujuan [Video]. TikTok.  
<https://vt.tiktok.com/ZSFt6XcDQ/>

TikTok, Indonesia. [@tiktokofficialindonesia]. (2023, Agustus 13). Lewat konten edukatif, @Kohcun pantang mundur sampai sold out. Gimana, tertarik untuk jadi pejuang cuan juga guys? #Serunya17an #PejuangSatuTujuan [Video]. TikTok.  
<https://vt.tiktok.com/ZSFt6f4uT/>

TikTok, Indonesia. [@tiktokofficialindonesia]. (2023, Agustus, 14). @pandawara, 5 pejuang lingkungan yang aksinya menggerakkan se-Indonesia untuk bersih-bersih! Kalian gimana, udah bersih-bersih belum? #Serunya17an #PejuangSatuTujuan [Video]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSFt6hyuA/>

TikTok, Indonesia. [@tiktokofficialindonesia]. (2023, Agustus 15). Tantangan gak bikin @Leani Ratri Oktila nyerah untuk jadi pejuang prestasi. Yuk, sama-sama buktikan kalo kita juga bisa! #Serunya17an #PejuangSatuTujuan. [Video]. TikTok.  
<https://vt.tiktok.com/ZSFt6roDS/>