

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, C. I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Koran Jawa Pos Radar Kediri. *Jurnal Simki-Economic Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 2(03), 2599-0748.
- Agustino, Danu Eko. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Calpulis.
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Baker, Kim & Sunny. (1992). *How to Promote, Publicize and Advertise Your Growing Business*. USA.
- Banjafnavor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., ... & Hasyim, H. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Bateman, Stephen. (2016). *Content Marketing Strategy Guide*. Smart Insight.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami pendekatan positivis, konstruktivis dan kritis dalam metode penelitian komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48-55.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Chole, N., & Dharmik, K. M. (2018). Digital Marketing & Social Media. In *International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions* (pp. 163-167).
- Dewan Pers. 2020. Media Online Perlu Berbenah Diri. Diakses pada 5 Februari 2023, dari [https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media Online Perlu Berbenah Diri](https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media%20Online%20Perlu%20Berbenah%20Diri)
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: ZAHIR Publishing.
- Eddyono, A. S. (2019). Siasat Kompasiana dan Indonesiana dalam Memanfaatkan Raksasa Media Sosial Demi Traffic. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 75-92.

- Effendy, Onong Uchjana. (2006) Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- GoodStats. (2022). Daftar Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia, 18 Januari 2022 dari <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-1pfD1>
- Harian Jogja. 2023. Tentang Kami. Diakses pada 10 Maret 2023 dari <https://m.harianjogja.com/page/tentang-kami>
- Hasni, N., Cangara, H., & Fatimah, J. M. (2019). Daya Tahan Bisnis Media Cetak Ditengah Maraknya Penggunaan Media Online Di Kota Makassar (Skh Fajar Dan Skh Tribun Timur). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 41-53.
- JAYANTI, F. (2021). *The Process Of Making Caption On Instagram Of Piranha Multi Talenta Based On AIDA Theory* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kompasiana.com. (2015). Sejarah Media Online di Dunia dan di Indonesia diakses pada 15 Desember 2022 dari <https://www.kompasiana.com/ansara/54f893d4a33311af098b46a3/sejarah-media-online-di-dunia-dan-di-indonesia>
- Lingwood, G., & Shaw, M. (2022). *Copywriting Third Edition: Successful writing for design, advertising and marketing*. Hachette UK.
- Miles, Mathew, etc. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook: Edition 3*. Arizona State University:SAGE.
- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal).
- PR.Indonesia.co.(2021). Pentingnya Analisis Situasi Dalam Strategi Komunikasi. Diakses pada 2 Juni 2023, dari <https://www.prindonesia.co/detail/2497/Pentingnya-Analisis-Situasi-dalam-Strategi-Komunikasi>

- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riinawati, R. (2021). Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi.
- Rusadi, U. (2014). Konsumsi Berita Lintas Media Massa Konvensional Dan Internet. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 4(3), 173-187.
- Safitri, A. (2022). Penerapan Copywriting Dalam Pengelolaan Media Sosial Dan Blog Soodu. Id.
- Siapera, E. (2017). *Understanding new media*. Sage.
- Simanjuntak, M., Anwar, A., Handiman, U. T., Sugiarto, M., Lie, D., Hutabarat, M. L. P., & Afriansyah, A. (2022). *Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Solichin, M. M. (2021). Paradigma konstruktivisme dalam belajar dan pembelajaran.
- Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., & López-García, X. (2019). Ephemeral journalism: News distribution through Instagram stories. *Social media+ society*, 5(4), 2056305119888657.
- Wahyuni, H. I. (2018). *Kebijakan Media Baru Di Indonesia: (Harapan Dinamika Dan Capaian Kebijakan Media Baru Di Indonesia)*. Ugm Press.
- We Are Social. 2022. The Global State Of Digital in October 2022. Diakses pada 9 Februari 2023 dari <https://wearesocial.com/us/blog/2022/10/the-global-state-of-digital-in-october-2022/>
- Wijaya, S., & Eddyono, A. S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Redaksi Kuninganmass. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 73-85.