

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. (2020). "Konvergensi Media dan Adaptasi Content Writer." *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(1), 45-60.
- Ajani Restianty. (2023). "Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media." *Gunahumas Jurnal Kehumasan*, ISSN – 2655-1551.
- Amir, A. S., S, R., Malik, D., Firmansyah, Hana P., Basri, Indra, Kharies D. M. P., Winda S., & Ismaun R. (2024). *Digital Marketing Content* Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Aprilasari, D., Putri, R., & Santoso, A. (2023). Content Marketing in the Digital Transformation Era. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(2), 112–125.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Dratistiana, L. Y., & Kusuma, R. M. (2023). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Promosi Pada Jasa Layanan PPSDM Migas. Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas*.
- Dwiastuti, R. (2017). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian: Dilengkapi Pengenalan Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi Kuantitatif-kualitatif*. Universitas Brawijaya Press.
- Efendi, A. K. (2019). *Bab II Landasan Teori: Pengertian Strategi*. E-thesis IAIN Kediri.
https://etheses.iainkediri.ac.id/1661/3/931329115_bab%202.pdf
- Fajar, M. (2023). "Tantangan dan Solusi bagi Content Writer." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 3.
- Febriani, E. S., Arobiah, D., Apriyani, A., Ramdhani, E., & Millah, A. S. (2023). Analisis data dalam penelitian tindakan kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140-153.
- Fitria, Y. (2025). *Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram pada UMKM di Era Digital. Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi (JIKSI)*.

- Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research*. 5th Edition. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Handayani, S. (2020). Content writing for digital media. *Journal of Digital Media*, 1(1), 1-10.
- Handayani, R. (2020). Content Writer: Peran dan Tanggung Jawab dalam Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 45-60.
- Kependudukan, B., & Nasional, K. B. (2023). BAB 4 Kerangka Berpikir Dan Kerangka Konsep. *Metodologi Penelitian Kesehatan*, 73.
- Kurniawati, D. (2021). Penggunaan Instagram sebagai sarana promosi oleh media massa. *Journal of Communication Studies*, 1(1), 1-12.
- Lestari, S. H. (2024). *Analisis Strategi Konten Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness Media Online Daerah*. Universitas Gadjah Mada.
- Meifitri, M., & Susanto, E. (2020). Perubahan dari Media Lama ke Media Baru: Telaah Transformasi Platform Multimedia. *Jurnal Komunikasi dan Media Studi (JKMS)*, 9(1), 302–311.
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian eksploratif komunikasi. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 22(1), 65-74.
- Muhitovs, R., Mezītis, M., Freimane, J., & Korago, I. (2019). Development of the decision-making algorithm for railway maneuverer park equipment with independent controllers. *Procedia Computer Science*, 149, 202-205.
- Muslim, M. (2018). Varian-Varian Paradigma. *Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi*.
- Narsa, I. M. (2014). *What is strategy?* *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 12(1), 1–7.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jpakun/article/view/1788>
- Nasution, A. G. J. (2020). *Metodologi Penelitian: Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pramasta Pustaka Ilmu.

- Nouvan. (2025). *Statistik pengguna Instagram di Indonesia 2025: Jangkauan dan penetrasi digital. Jurnal Ilmu Media Sosial dan Internet*, 9(6).
Diakses dari
<https://sejurnal.com/pub/index.php/jim/article/download/7866/8974/14060>
- Pratiwi, N. A. (2020). *Strategi Pemasaran Digital Media Online Melalui Instagram: Studi Kasus @kompascom*. Universitas Indonesia.
- Putri, R. A. (2021). *Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co*. Universitas Airlangga.
- Putri, R. D., & Ardianto, E. (2021). Analisis Konten Instagram sebagai Strategi Komunikasi Visual di Media Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Rahmawati, A. S. (2022). *Digitalisasi Marketing melalui Instagram dan Facebook Ads dalam UMKM*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Rahmawati, N., & Fadilah, I. (2022). Analisis Konten Instagram @narasi.tv dalam Meningkatkan Engagement Audiens. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Rakhmat, J. (2015). "Strategi Komunikasi Media Sosial dalam Meningkatkan Interaksi Audiens". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 45-60.
- Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). *Pemanfaatan media sosial instagram akun@ mr. creampuff sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Ramli, S., Amir, A. S., Malik, D., Firmansyah, F., Pertiwi, H., Basri, B., Indra, I., Purnomo, K. D. M., Subekti, W., & Rusman, I. (2024). *Digital marketing content*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Rizky Amalia Amin, Wilma Cordelia Izaak. (2024). "Efektivitas Content Writing Bagi UMKM Kreatif Seblak 55 di Kelurahan Rungkut Menanggal Kota Surabaya." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, e-ISSN: 2745 4053.

- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680-9694.
- Santoso, H. B. (2019). Tantangan dan peluang media lokal di era digital. *Journal of Media Studies*, 1(1), 1-15.
- Sari, D. P. (2020). "Adaptasi Konten Media Sosial di Era Digital". *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123-135.
- Septika, dkk. (2024). *Promosi sebagai Unsur dalam Komunikasi Pemasaran dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen. ITTISHOL: Jurnal Komunikasi dan Dakwah*. Diakses dari <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/ittishol/article/download/16641/pdf>
- Septrian, A. A., & Nirmala, A. (2025). Analisis isi konten sosial media dalam meningkatkan engagement pada akun Instagram @mercurymediagroup.id. *Relasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 45–55.
<https://www.aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/1841>
- Siregar, R., & Harahap, A. (2022). Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(1), 40–52.
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/article/view/2379>
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Susilo, D. (t.t.). *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Jasa Pendidikan. Jurnal Pencerahan STAB Syailendra*. Diakses dari <https://syailendra.e-journal.id/jupen/article/download/10/9/>
- Tandoc, E. C., & Jenkins, J. (2017). The influence of social media on journalism. *Journalism Practice*, 11(1), 34-48.
- Telkom University. (2023). *Strategi Content Plan dalam Peningkatan Engagement Media Sosial Instagram @solotechnopark_official*.

- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- We Are Social & Hootsuite. (2025). *Digital 2025: July Global Digital Insights*.
- Widodo, J. (2020) Metodologi Penelitian Komunikasi: Studi tentang Teknik Pengumpulan dan Analisis Data. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Yuliana, S. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Komunikasi: Kajian Strategi Adaptasi Media