

## REFERENCES

- Aprinica, N. P. I., Agustina, A., Susanti, L. E., & Kesumayathi, I. A. G. (2025). Analisis Pragmatik Gaya Bahasa Hiperbola dalam Iklan Kosmetik Anti-Aging. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(3), 541–551. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jempper.v4i3.5090>
- Barik, J., Rizqi, F., & Surabaya, U. N. (2025). *PERANCANGAN GUIDEBOOK WISATA HERITAGE SEBAGAI UPAYA PENGENALAN*. 7(3), 71–83.
- Fahmi, M., Lesmana, M. T., & Prayogi, M. A. (2024). Mediasi Customer Engagement Behavior: Digital Marketing dan Kualitas Makanan Guna Mencapai Kepuasan dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 25(1), 39–58.
- Halim, N. W. A., Amin, H., & Susilawaty, F. T. (2024). STRATEGI COPYWRITING @BEAUTY.KENDARI: PENDEKATAN TEORI AIDA DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Dan Informasi*, 9(1), 239–249.
- Hariyanto, B., MZ, I., SU, W., & Rindawati. (2022). 4D Model Learning Device Development Method of the Physical Geography Field Work Guidance Book. *MATEC Web of Conferences*, 372, 1–4. <https://doi.org/10.1051/matecconf/202237205008>
- Hikmatullah, H., Soegiarto, A., Rosalina, I. F., & Imsa, M. A. (2025). Strategi Copywriting dalam Membentuk Brand Identity pada Konten Instagram @izincoind. *Jurnal Komputer, Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.53697/jkomitek.v5i1.2544>
- Januar, S., Duskri, M., & Susanti. (2024). Pengembangan Media Video Pembelajaran Matematika Berbasis PBL Dengan Model 4D Di SMP. *Educator Development Journal*, 2(1), 126–140.
- Maharani, R., & Ramdani, G. (2025). Proses Kreatif Penulisan Copywriting Pada Instagram Pt Riset Perkebunan Nusantara. *Journal Media Public Relations*, 5(1), 36–47.

- Mayasari, E. A., Putra, Y. P., & Puspita, N. V. (2023). PENGARUH COPYWRITING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN FOOD AND BEVERAGE DIMEDIASI BRAND AWARENESS PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI KEDIRI. *Accounting and Management Journal*, 63–71. <https://doi.org/10.33086/amj.v7i2.4959>
- Moluscas, V., & Rosyidha, A. (2025). Digital Copywriting Elements in Taylor Swift’S “Folklore” Album on Instagram. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 9(4), 1322–1327. <https://doi.org/10.36526/santhet.v9i4.5657>
- Montori, S., & Jacobus, S. N. . (2025). Penerapan Model Four-D ( 4D ) dalam Pengembangan Media Video Materi Keanekaragaman : Meningkatkan Toleransi dan Kebhinekaan pada Peserta Didik. *Journal of Social Science Research*, 5(4), 3234–3246.
- Nisa, L. M., Simanullang, T. L., Haniyah, N. S., Adawiyah, N., Amelia, O., & Prasasti, T. I. (2024). Analisis Penggunaan Campur Kode Indonesia-Inggris pada Video Iklan Produk Kecantikan Lokal. *Journal on Education*, 6(4), 18748–18761. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i4.5851>
- Perindustrian, K. (2025). *Kemenperin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin Gemilang*.
- Rafly, M., Pranata, R. T. H., & Hamdani, T. C. (2025). Implementasi Teknik 4Ps dalam Penyusunan Naskah Video Promosi Toko Kenanga. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1263–1270. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i1.988>
- Ramadana, N. R. (2025). Penggunaan Afiks Asing pada Iklan Kecantikan. *Jurnal Cahaya Edukasi*, 2(4), 153–155. <https://doi.org/10.63863/jce.v2i4.162>
- Ramadhan, K. M., Anshori, D. S., & Fuadin, A. (2024). *Bahasa Iklan dengan Teknik C opywriting*. 10(1), 618–630.
- Ridhani, F. A., & Rismawan, A. (2025). Jurnal Ilmu Bahasa dan Pendidikan Guru Sekolah Dasar Analisis Penggunaan Bahasa Dalam Konten Iklan Produk Kencantikan The Originote Di Media Sosial Tik Tok. *Jurnal Ilmu Bahasa Dan Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 1(1), 22–31.

<https://ejournal.aspirasi.or.id/index.php/jibpgsd/article/view/8>

- Sasongko, R. M., Adiyatna, H. R., & Saraswati, Y. (2023). Optimalisasi FoMO dalam Copywriting PAS dengan Pemanfaatan Cinta Tanah Air. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 1(4), 137–147. <https://doi.org/10.54066/jkb.v1i4.1033>
- Setyowati, B. L., & Aydawati, E. N. (2025). Elements and types of advertising copywriting on instagram @batiksemarang16. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 118–137. <https://doi.org/10.14710/interaksi.14.1.118-137>
- Suharto, R. P. (2024). *Pembuatan Bilingual Guidebook oleh Mahasiswa Bahasa Inggris sebagai Upaya Penguatan Informasi Pariwisata Indonesia*. 145–151.
- Sulmayanti, I., Safitri, T., Koriah, S., & Saputra, E. (2025). ANALISIS DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI STASIUN TELEVISI SWASTA. *Sastranesia*, 13(2), 96–112.
- Utami, D. R., Putri, M. A. R., & Juriah, S. (2025). Analisis Teknik Copywriting dan Bahasa Iklan Digital Penerimaan Mahasiswa Baru di Instagram @Unindraofficial. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(7), 865–875. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i7.4290>
- Widiari, N. P. A. A., Kristiantari, M. G. R., & Asril, N. M. (2025). Pengembangan Buku Cerita Bergambar Bilingual Berbasis Class Project untuk Kosakata Bahasa Inggris Anak Usia Dini. *Murhum : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(2), 944–957. <https://doi.org/10.37985/murhum.v6i2.1616>
- Wulandari, R., Arnold, J. A. A., Couwandy, M., Niodiltanto, M. S. A. K. S., & Erwin, E. (2025). Swipe Up To Glowing : Strategi Jitu Marketing Content Dan Influencer Marketing Dalam Meraih Minat Beli Konsumen Skincare Di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 1534–1558.
- Zamsiswaya, Sawaluddin, & Sihombing, B. (2024). Model Pengembangan 4D (Define, Design, Develop, dan Disseminate) dalam Pembelajaran Pendidikan Islam. *Journal of Islamic Education El Madani*, 4(1), 11–19.