

## DAFTAR PUSTAKA

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2023). *Laporan survei internet Indonesia 2023*.

Jakarta: APJII.

Assa'ady, M. C. U., Febriana, W., Wardi, P. A., Talidobel, S., & Nirwana, B. N. (2024). Eksplorasi Strategi Branding dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Era Digital. *TheJournalish: Social and Government*, 5(4), 409-419.

Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik telekomunikasi Indonesia 2024*. Jakarta: BPS RI.

Bulan, A., Suhaety, Y., Nasoha, M., Lestari, C., Safinah, S., Nuriah, U., & Syifana, N. (2026). Pelatihan Bahasa Jualan dan Copywriting untuk UMKM dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital Marketing. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 82-90

By.U Telkomsel kuasai pasar digital operator usai tembus 10 juta pengguna. (2025, Oktober 19).

*Selular.id*. <https://selular.id/2025/10/by-u-tembus-10-juta-pengguna-kuasai-pasar-digital-operator>

Dinanti, C. D., & Hadi, S. P. (2021). Analisis native advertising sebagai konten media online dreamers. *id. Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 6(1), 166-193.

GoodStats Indonesia. (2025, Agustus 15). *Penetrasi internet Indonesia konsisten naik, tembus 80% pada 2025* (I. Wafa, penulis).

<https://data.goodstats.id/statistic/penetrasi-internet-indonesia-konsisten-naik-tembus-80-pada-2025-jSGpJ>

Hutapea, R. S., & Wijaya, E. (2021). *Perceived Risk, Trust, and Intention to Use Fintech Service During the Covid-19 Pandemic: 2nd International Seminar of Science and Applied Technology (ISSAT 2021)*. <https://doi.org/10.2991/aer.k.211106.102>

Kartsivadze, T. (2022). Copywriting in social media. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 4 (40).

- Kerzner, H. (2017). *Project Management Case Studies* (1st ed.). Wiley.  
<https://doi.org/10.1002/9781119389040>
- Kudadiri, M. S., Situmorang, S. H., & Muchtar, M. A. (2024). Pengaruh media sosial Instagram untuk meningkatkan brand awareness melalui customer engagement. *Jurnal Darma Agung*, 32(6), 204-311.
- Ma'ruf, S., & Anwar. (2024). INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION: A LITERATURE REVIEW. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(1), 511–519.
- Megasari Manik, C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- Mona, N., & Pramulia, R. R. F. (2022). Peran copywriter dalam membangun brand awareness sarimi puass di Instagram. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1), 7.
- Nanulaitta, D. T., Tousalwa, C., & Gomies, S. J. (2025). PENGUKURAN EFEKTIVITAS KAMPANYE MARKETING MULTI-CHANNEL: PENDEKATAN STATISTIK UNTUK MENGIDENTIFIKASI FAKTOR KUNCI KEBERHASILAN. *Jurnal Administrasi Terapan*, 4(1), 149–155. <https://doi.org/10.31959/jat.v4i1.3400>
- Rohmah, S., Yuniar, M. D., Arianto, A., & Nazila, M. F. (2025). Pelatihan Copywriting untuk Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI) Semarang. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora*, 6(1), 69-77.
- Triani, I. G., & Yusuf, M. (2026). Strategi Copywriting Bank Syariah di Media Sosial: Analisis Gaya Bahasa Persuasif dalam Meningkatkan Minat Generasi Z. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(04), 1974-1985.
- 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.

Rauzana, A., Hafidz Akbar, M., & Dharma, W. (2022). The influence of project manager competencies on the success of construction projects: A case of Indonesia. *Problems and Perspectives in Management*, 20(4), 67–75. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(4\).2022.06](https://doi.org/10.21511/ppm.20(4).2022.06)

Wono, H. Y., & Aji, I. D. K. (2020). PREFERENSI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PERGURUAN TINGGI DI SURABAYA PADA ERA POSMODEREN. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 171. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2146>

XL Axiata. (2024). *XL–Smartfren network collaboration report*. Jakarta: PT XL Axiata Tbk.