

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C. (2021). *Copywriting for Engagement: A Guide to Audience Connection*. New York: Media Connect.
- Asian Shipowners' Association. (n.d.). Overview. Retrieved from <https://www.asianshipowners.org>.
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Azwina, D., & Yusuf, S. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gapa Citramandiri, Radio Dalam – Jakarta Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 28–43.
- Backaler, J. (2018). *Digital Influence. Unleash the Power of Influencer Marketing to Accelerate Your Global Business eBook*. Glendale, CA, USA: Palgrave.
- Brown, L. (2020). *Effective Copywriting: The Art of Influence*. Los Angeles: TextPro Media.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: The psychology of persuasion (Rev. ed.)*. Harper Business.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. New York: Routledge.
- Chen, Y., & Zhang, R. (2019). "The Influence of Persuasive Writing on Reader Engagement." *Journal of Mass Communication*, 15(3), 123-145.
- Chen, Y., & Zhang, X. (2019). The Influence of Copywriting on Reader Engagement in Digital Communication Channels. *Journal of Communication Studies*, 18(4), 123-140.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (18th Edition)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Digital News Report. (2020). *Understanding Audience Preferences in Digital Media*. Reuters Institute.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Federation of ASEAN Shipowners' Associations. (n.d.). About FASA. Retrieved from <https://www.fasa.org>.
- Fridayanthie, Mahdiati, 2016, Rancang Bangun Sistem Informasi Permintaan ATK Berbasis Intranet, *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol. 4, No. 2
- Harigo Wibawa Satria, Luqman Hakim Arifin (ed). 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. Cet 1*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.

Indonesian National Shipowners' Association. (n.d.). About Us. INSA. Retrieved from <https://insa.or.id/about-us/>.

International Chamber of Shipping. (n.d.). Shipping and World Trade: World Seaborne Trade. ICS Shipping. Retrieved from <https://www.ics-shipping.org/shipping-fact/shipping-and-world-trade-world-seaborne-trade/>.

International Maritime Organization. (n.d.). About IMO. Retrieved from <https://www.imo.org>.

Iriantara, Y. (2019). HUMAS PEMERINTAH 4.0. *Media Nusantara*, 16(1), 13–26

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

Jin, Y., Lin, J., & Austin, L. (2020). Examining the role of technology in crisis communication: From communication to engagement in a digitally networked era. *Journal of Public Relations Research*, 32(1-2), 47-62.

Johnston, R., & Rowney, A. (2021). The Role of Bulletins in Organizational Communication: A Comprehensive Review. *Corporate Communications Journal*, 25(3), 456-472.

Kementerian Perhubungan. (2023, Desember 15). Menhub dorong partisipasi anggota INSA jadikan Indonesia hub laut Asia Tenggara. Diakses pada 30 Desember 2024, dari <https://kemenhub.go.id/post/read/menhub-dorong-partisipasi-anggota-insa-jadikan-indonesia-hub-laut-asia-tenggara>

Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson

Lestari, D. N., & Pratama, A. H. (2021). Integrasi Media Digital dan Copywriting dalam Strategi Publikasi Buletin Organisasi. *Jurnal Komunikasi Digital*, 10(3), 145–160.

Marchanda, F., & Akmaluddin, T. (2023). Dinamika media komunikasi: Tantangan, peluang, dan transformasi dalam era digital. *ENCOMMUNICATION: Journal of Communication Studies*, 1(2), 156–167.

Men, L. R., & Bowen, S. A. (2017). *Excellence in Internal Communication Management*. New York: Business Expert Press.

Miller, P. (2019). Effective communication in the maritime industry: The role of bulletins. *Maritime Studies*, 12(2), 145-160.

Miller, K., & Barbour, J. B. (2020). *Organizational Communication: Approaches and Processes* (8th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.

M Ridwan Yunus, & Irwan. (2018). Komunikasi Antar Budaya Dilingkungan Isip Yapis Biak Papua (Studi Tentang Komunikasi Antar Budaya Antara Mahasiswa.

Muslimin, Khoirul. (2019). Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature Biografi, Artikel Populer dan Editorial. Yogyakarta: UNISNU.

Pew Research Center. (2021). Mobile Technology and Home Broadband 2021. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>

Pramudito, S. (2018). Teori Komunikasi Organisasi. Komunikasi 101, 95–112. <https://komunikasi101.wordpress.com/2018/07/27/teori-komunikasi-organisasi/>

Pratama, A. H., & Lestari, D. N. (2021). Peran Copywriting dalam Strategi Komunikasi Organisasi di Era Digital. Jurnal Komunikasi dan Media, 9(2), 112–125.

Prasetyo, E. D. (2020). Strategi copywriting dalam komunikasi korporasi: Meningkatkan keterlibatan pembaca melalui pesan persuasif. Jurnal Komunikasi Bisnis, 17(2), 123-134.

Putri, A. D., & Nugroho, H. A. (2020). Strategi Copywriting dalam Membangun Identitas Merek pada Media Sosial. Jurnal Komunikasi Indonesia, 8(1), 75–88.

Purba, B. (2020). Pengantar Ilmu Komunikasi. In Pengantar Ilmu Komunikasi (Issue 97 August).

Putra, A. R., & Santoso, F. (2022). Strategi Komunikasi Digital untuk Memperkuat Identitas Organisasi di Era Transformasi Informasi. Jurnal Komunikasi dan Teknologi, 12(1), 89–102.

Putri, A., & Susanto, B. (2021). Komunikasi organisasi dan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan: Pendekatan teori komunikasi. Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia, 7(2), 112–123.

Rafi'I, (2024). Asmara Copywriting dan Digitalisasi. CV Widina Media Utama.

Ramadhani, Rahmat. (2017). Jaminan Kepastian Hukum Yang Terkandung Dalam Sertipikat Hak Atas Tanah, Jurnal Hukum De Lega Lata, 2 (1), 142.

Riyanto, Kurniawati, 2018, Rancang Bangun Website Desa Kresek-Madiun untuk Media Informasi Potensi Wisata Alam dan Kuliner, Jurnal Sistem Informasi Ilmu Komputer Prima Vol.1, No.2.

Rizki, Juni Wati Sri. (2016). Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan. Sleman: CV. Budi Utama.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). Organizational behavior (17th ed.). Pearson Education.

Rogers, D. L. (2016). The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age. Columbia Business School Publishing.

Santosa, R. B., & Rahman, A. (2019). Peran Strategis Bahasa dalam Komunikasi Organisasi: Studi pada Publikasi Media Internal. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 11(3), 45–60.

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press.

Smith, J. (2020). *The power of words: Effective copywriting in a digital world*. New York, NY: Digital Press.

Srinivasan, V. (2020). The role of copywriting in marketing communication. *Journal of Marketing*, 45(3), 15-23.

Suryadi, A., & Mahendra, R. (2020). Copywriting sebagai Strategi Komunikasi Internal dan Eksternal di Era Transformasi Digital. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(2), 159–172.

Tahrún, Houtman & Muhammad Nasir. (2019). *Keterampilan Pers dan Jurnalistik Berwawasan Jender*. Sleman: CV. Budi Utama.

ToffeeDev. (2024, August 2). 15 strategi copywriting yang efektif untuk meningkatkan promosi. ToffeeDev. Retrieved from <https://toffeedev.com/blog/ads/copywriting-untuk-promosi/>

White, R. (2022). *Persuasive Communication in Print Media*. London: Academic Press.

Yusri, D., & Nuraini, F. (2019). Strategi Copywriting pada Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Engagement Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 7(3), 120–135.