

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
<https://g.co/kgs/hgsN4W5>
- Amanda, S., Arifputri, A. N., Wijaksono, D. S., & Melano, F. L. (2024). Implementasi Pengelolaan Iklan dalam Karnaval SCTV (Pada Tayangan Commercial Break Produk Bejo Jahe Merah). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 8(3), 2024. <https://doi.org/10.35870/jti>
- Ardhya, R. P., Kholik, A., & Rizki, M. F. (2024). Strategi Content Marketing Melalui Media Sosial Instagram @Voffice Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Journal Of Social Science Research*, 4, 16814–16824. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2022). *Marketing : An Introduction*.
- Baskoro, A. P. (2018). Gaya Eksekusi Iklan Digital Studio Workshop Depok Melalui Poster. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 5(1), 13–24.
- Damayanti, E. (2019). Kesalahan Penggunaan Bahasa pada Iklan Komersial Media Luar Ruang di Kabupaten Kediri. *Jubindo: Jurnal Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2), 85–102. <https://doi.org/10.32938/jbi.v4i2.201>
- Dennis, F. G. (2008). *Bekerja Sebagai Sutradara*. PT Penerbit Erlangga Mahameru.
- detikcom. (2021). *COMPANY PROFILE*.
- Farah, A. (2024, November 24). *Lebih Meriah, Jakarta X Beauty 2024 Akan Dimeriahkan Ratusan Brand!* Female Daily.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *Jurnal Inovasi*, 14, 32–41.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *KOMUNIKASI MASSA*.
- Hardjito. (2024). *Penulisan Naskah/Skenario*. wawasan ilmu.
<https://g.co/kgs/wkBGi6Z>
- Hasanuddin. (2024). Metode Filsafat Perennialisme Terhadap Akhlak Anak Menurut Imam Al-Ghazali. In *Online) Copyright©* (Vol. 5, Issue 1).
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Islami, G. N. I., Hasmawati, F., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram @Potret_Ranau Terhadap Pertumbuhan Dan Perkembangan Objek Wisata Danau Ranau. *Journal of Internet and Software Engineering*, 1(3), 15. <https://doi.org/10.47134/pjise.v1i3.3139>
- Jakarta X Beauty 2024*. (2024). Female Daily.
- Kartikawati, E. (2024, December 4). 400 Lebih Brand Kecantikan Hadir di Jakarta X Beauty 2024 di JCC, Senayan . Wolipop.
- Khasanah, I. N. (2024, September 11). Livin Makin Populer, Jumlah Pengguna Cetak 25,6 Juta! *CNBC Indonesia*.

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240911091150-128-570900/livin-makin-populer-jumlah-pengguna-cetak-256-juta>

Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*.

Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Nurhayati. (2022). KOMUNIKASI MASSA. *JOURNAL ANALYTICA ISLAMICA*, 11(1), 2022. <https://www.researchgate.net.ac.id>.

Kyla Aldiva, C., El Barca, H., & Ferdinand Fakultas, J. (2024). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik dan Pengaruhnya Terhadap Politik Suatu Negara. *Journal Psikis*.

Mawardi, R. A. (2022, June 9). *Pengertian Iklan: Jenis, Fungsi, Tujuan, dan Medianya Baca artikel detikedu, "Pengertian Iklan: Jenis, Fungsi, Tujuan, dan Medianya."* Detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6118374/pengertian-iklan-jenis-fungsi-tujuan-dan-medianya>

Musman, A. (2021). *Copywriting Melejitkan Jualan Online dengan Kalimat yang Membujuk*. Anak Hebat Indonesia.

Naufal, M. I., & Yulianti, E. P. (2023). Tantangan Sutradara dalam Produksi Film Dokumenter dengan Narasumber Difabel. *Jurnal Audiens*, 4(3), 508–519. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.254>

Pahlevi, R. (2022, June 16). *Ini Media Online Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/ea656802a0af1bf/ini-media-online-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>

Pertiwi, L. B., Anindhita, W., & Safitri, D. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Brand Equity Wardah Beauty Melalui Video Kampanye ‘Colorfit Ultralight Matte Lipstick’ Korea Edition di Instagram. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 16, 303–331.

Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Yuliani, D. R., Widiastuti, A., Qayyim, I., Djalil, N. A., Yusmanizar, S. P., & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.

Putri, K. U. J. (2025, May 5). *Peta persaingan bank digital di 2024: siapa untung, siapa buntung?* Techinasia.

Putri, N. S. S., & Gani, R. (2022). Makna Voice Over dalam Pemberitaan Feature di Televisi. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 2, 13–20. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v2i1.600>

Putri, Z. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @fdxbeauty Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Event Jakarta X Beauty Tahun 2022. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).

Qhorni, H. A., & Putra, R. P. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Konten Tips dan Trik. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(2), 839–843. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i2.8943>

Reynata, A. V. E. (2022). PENERAPAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA BARU DALAM KOMUNIKASI MASSA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19.

- Ridlo, I. A., Intiasari, A. D., Firdausi, N. J., Putri, N. K., Adriansyah, A. A., Sandra, C., & Laksono, A. D. (2018). *FGD dalam Penelitian Kesehatan*. Airlangga University Press.
- Santika, E. F. (2024, June 20). *10 Media Online yang Paling Banyak Digunakan Warga Indonesia 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/4b024acf115a988/10-media-online-yang-paling-banyak-digunakan-warga-indonesia-2024>
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Media Pressindo.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common*, 5. <https://doi.org/10.34010/common>
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak. *SIMBOLIKA*, 4(1), 24–31. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika>
- Thariq, M. (2022). *Periklanan dan Manajemen Media* (M. Arifin, Ed.). <https://g.co/kgs/C1W9LQP>
- Tirta, E. B. E. (2024, December 5). 400 Brand Kecantikan Ngumpul di Jakarta X Beauty 2024, Cek Promonya. *CNBC Indonesia*.
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2016). FENOMENA PENGGUNAAN FOTO OUTFIT OF THE DAY DI INSTGRAM SEBAGAI MEDIA PRESENTASI DIRI. *Jurnal Komunikatio*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30997/jk.v2i1.193>
- Yonatan, A. Z. (2024, June 5). Mobile Banking Terpopuler di Indonesia 2024. *GoodStats*.
- Yulianeu, A., & Oktamala, R. (2022). SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS TRAYEK ANGKUTAN UMUM DI KOTA TASIKMALAYA BERBASIS WEB. *JUTEKIN (Jurnal Teknik Informatika)*, 10(2). <https://doi.org/10.51530/jutekin.v10i2.669>