

Peran *Copywriter* Dalam Pembuatan Konten Sebagai Sarana Media Informasi Digital Pada Dinas Kominfo Sumenep

Nur Qoudri Wijaya^{1*}, Syaiful Anwar², Unsul Abrar³

Universitas Wiraraja.

Email: ¹nurqoudri@wiraraja.ac.id, ²syaifulanwar@wiraraja.ac.id, ³unsulabrar@wiraraja.ac.id.

Diterima: 12 Maret 2022 | Disetujui: 16 Juni 2022 | Dipublikasikan: 29 Juni 2022

ABSTRAK

Di era digitalisasi saat ini media sosial menjadi kekuatan dalam penyebaran informasi dalam rangka mempengaruhi dan mengajak dalam melakukan tindakan sesuai kehendak penyebarnya. Dalam rangka menciptakan komunikasi public yang baik pemerintah daerah khususnya Kabupaten Sumenep dalam hal ini Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep memanfaatkan media social (Instagram dan Facebook) dengan menampilkan konten - konten yang komunikatif dan informatif kepada masyarakat khususnya di Kabupaten Sumenep. Dalam membuat *Copywriting* dibutuhkan orang – orang yang menulis dan merangkai kata - kata disebut juga *Copywriter*. Tak hanya sekedar menulis tapi juga seorang *copywriter* harus mampu mengolah kata dan kalimat agar lebih menarik dan dapat menarik perhatian konsumen. Di Masa pandemic covid 19 saat ini Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep cukup aktif dalam membuat *Copywriting* yang sifatnya berupa pengumuman, himbauan dan ajakan kepada masyarakat di Kabupaten Sumenep sebagai sarana komunikasi. Dibalik *copywriting* yang dibuat oleh Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep ada ada konten creator dan *copywriter* yang inovatif. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana peran *copywriter* dalam pembuatan konten sebagai sarana media informasi digital pada dinas kominfo sumenep

Kata Kunci : *Copywriting; Copywriter; Informasi digital*

ABSTRACT

Social media in the era of digitalization have become a focal strength in spreading information. It is a platform to influence and invite actions according to the sender's will of intention. In order to create a public communication in Sumenep regency, the information and communication services department utilizes social media (instagram and facebook) to provide informative and communicative contents for public purposes. The person who creates copywriting is considered as a copywriter, in which the qualification is based on the ones who can write and form words. Not only can a copywriter write and form words but also elaborate them into creative and engaging writing to consumers. The information and communication services department is actively producing copywriting during the pandemic of covid 19 today, in the form of announcement, advice, and invitation to public of Sumenep regency as a tool of communications. There are creative and innovative content creators in the process behind the copywriting made by the information and communication services department of Sumenep regency. In this case, the writer is interested to study on how far the role of copywriter in content-making is as a media of digital information in the information and communication services department of Sumenep.

Keywords: *Copywriting; Copywriter; Digital Information*

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi bidang komunikasi ataupun informasi semakin memberikan kemudahan dalam rangka interaksi antar individu maupun kelompok, pesan maupun terkait dengan pemberitaan tidak harus sepenuhnya dikuasai oleh negara namun harus bisa mengalir bebas pada masyarakat. Media sosial dalam hal ini mempunyai kekuatan dalam menyebarkan informasi dapat berguna dalam mempengaruhi, memberikan pengaruh motivasi, dan bisa saja memberikan suatu tindakan yang dikehendaki penyebar informasi tersebut. Untuk itu penting sekali penggunaan media sosial saat ini dalam membangun komunikasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat. *Association or education and communication technology* (AECT) memberikan pengertian bahwa media adalah merupakan semua bentuk yg digunakan dalam penyaluran informasi (Agustina, 2016). Media juga sebagai sarana memberikan pengetahuan berupa informasi ataupun hiburan, sebagaimana Nur (2021) menyatakan bahwa media menjadi perlu dan penting ditengah banyaknya media di masyarakat.

Kehadiran media juga dapat memberikan pengaruh tersendiri bagi kehidupan seseorang, menurut Kurniawati & Baroroh (2016) bahwa media dapat memenuhi aktivitas kehidupan sehari-hari dan tanpa sadar juga dapat mempengaruhinya. Sedangkan mengacu pada era digital saat ini dimana saling terhubungnya komunikasi secara cepat dan mudah sebagaimana Farokhi (2014) bahwa media online atau bisa juga disebut sebagai media digital saat ini juga digunakan secara online dengan fasilitas internet. Berdasarkan riset *we are social hootsuite* pada Januari 2019, pengguna atau user dari media sosial di negara ini sudah pada kisaran 150 juta pengguna atau sekitar 56% dari total populasi negara Indonesia. Melihat data tersebut peran media sosial di Indonesia sangat besar dalam membangun komunikasi dengan publik. Kesulitan komunikasi seperti itu juga sering terjadi di antara sesama manusia. Bahkan saat mereka menggunakan bahasa yang sama, komunikasi tetap menjadi isu. Perbedaan sosial, budaya, ekonomi, dan kebangsaan membentuk referensi, dialek, dan gaya bahasa yang berbeda bagi setiap orang. Sebagaimana dinyatakan oleh Anwar (2018) media sosial merupakan media dengan berbasis pada internet dengan tujuan melakukan interaksi sosial sehingga kemungkinan akan terjadi kolaborasi, interaksi serta penyebaran informasi, pertukaran dan penciptaan yang dapat dihasilkan dari pengguna konten tersebut. Karena dari beberapa informasi dan media tersebut dapat berinteraksi secara mudah sebagaimana Sasmita (2015) menyatakan bahwa dengan media informasi masyarakat atau seseorang dapat memudahkan interaksi dengan yang lainnya.

Dalam rangka menciptakan komunikasi publik yang baik pemerintah daerah khususnya Kabupaten Sumenep dalam hal ini Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep memanfaatkan media sosial (Instagram dan Facebook) dengan menampilkan konten – konten yang komunikatif dan informatif kepada masyarakat khususnya di Kabupaten Sumenep. Salah satu tujuan utama marketing adalah menjembatani perbedaan ini. Sebagaimana menurut pendapat Smith dan Chaffey (2013) bahwa *internet marketing* atau juga bisa disebut dengan *digital marketing* yang merupakan hal penting dalam sebuah proses *e-business*, karena dengan semakin perusahaan memberikan kemudahan seperti semakin dekat dengan konsumen berupa pelayanan *e-marketing* tersebut maka pelanggan juga akan lebih baik memahami pesan yang disampaikan oleh perusahaan dan juga akan menambah nilai suatu produk, memperluas distribusi dan juga akan meningkatkan penjualan yang berdasarkan atas media digital misalkan pemasaran melalui iklan online, mesin pencari ataupun afiliasi pemasaran.

Dalam upayanya mengkomunikasikan nilai dan prinsip brand dan organisasi tertentu, marketing memerlukan komunikasi intensif yang dapat dimengerti oleh seluruh kalangan masyarakat. Di sinilah peran *copywriting* dalam marketing communication. Memang ada banyak perangkat komunikasi lain, seperti simbol, gambar, dan bahasa tubuh. Namun seperti kata pepatah, pena lebih tajam dari pedang. Mengingat tidak semua hal dapat diekspresikan dalam bentuk visual, kata-kata menjadi alat komunikasi yang paling efektif. Selain menyampaikan informasi, penjelasan, dan deskripsi secara verbal, *copywriting*. Dalam membuat *copywriting* dibutuhkan orang – orang yang menulis dan merangkai kata – kata disebut juga *copywriter*. Tak hanya sekedar menulis tapi juga seorang *copywriter* harus mampu mengolah kata dan kalimat agar lebih menarik dan dapat menarik perhatian konsumen. *Copywriting* adalah kegiatan penulisan kreatif yang dikerjakan oleh seorang *copywriter*. *Copywriter* bertugas merancang kalimat dan desain iklan yang tepat untuk digunakan dalam menyebarkan informasi, baik itu iklan maupun informasi lainnya. Pada zaman yang serba digital saat ini update informasi banyak menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *facebook*, *twitter* dan lain2. Seorang *copywriter* dituntut bagaimana membuat tulisan di media social semenarik mungkin baik itu ajakan maupun informasi yang diberikan. Dalam hal ini penulis cukup tertarik untuk meneliti peran *copywriter* di Dinas Kominfo Sumenep dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat baik itu informasi maupun ajakan kepada masyarakat

Di Masa pandemic covid 19 saat ini Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep cukup aktif dalam membuat *Copywriting* yang sifatnya berupa pengumuman, himbuan dan ajakan kepada masyarakat di Kabupaten Sumenep sebagai sarana komunikasi. Dibalik *copywriting* yang dibuat oleh Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep ada *kontent creator* dan *copywriter* yang inovatif. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana peran *copywriter* dalam pembuatan konten sebagai sarana media informasi digital pada dinas kominfo sumenep.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis data kualitatif deskriptif, yaitu mengidentifikasi serta menganalisis data berupa uraian dalam bentuk tertulis atau lisan dari perusahaan yang dijadikan objek penelitian serta untuk memperlengkap data dari penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada Dinas Kominfo Sumenep, alasan peneliti memilih Diskominfo dikarenakan sejak awal pandemic covid 19 Diskominfo Kab Sumenep yang gencar membuat konten atau naskah iklan pada instagram yang sifatnya berupa informasi dan ajakan kepada masyarakat khususnya di kabupaten Sumenep. Adapun waktu penelitian dimulai bulan April – Oktober 2021.

Adapun informan dalam penelitian ini adalah informan utama (Kepala Bidang Informasi Publik Diskominfo), Informan Kunci (pegawai pembuat konten atau naskah iklan Diskominfo) dan Informan pendukung (3 orang *follower* Instagram Diskominfo). Sumber data menggunakan data primer dimana data didapat secara langsung dari informan, untuk data sekunder yaitu data yang di dapat dari studi pustaka/literatur dan jurnal. Data juga di dapat dari observasi, dokumentasi dan wawancara kepada informan. Teknik analisis data, pertama melakukan reduksi data yang didapat dari hasil pengamatan langsung dilapangan dan wawancara kepada informan. Kedua melakukan penyajian data yang sudah direduksi dan disederhanakan sebelumnya. Ketiga data yang sudah disusun kemudian dikelompokkan dan ditarik suatu kesimpulan.

HASIL

Dalam penelitian ini peneliti meneliti peran *copywriter* pada Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep dalam pembuatan konten sebagai sarana media informasi digital. Peneliti melakukan wawancara, dokumentasi dan observasi kepada beberapa informan yang dianggap mampu memberikan informasi terkait topik penelitian ini yakni “peran *copywriter* dalam pembuatan konten sebagai sarana media informasi digital pada dinas kominfo kab sumenep”, dan berikut beberapa hasil penelitian yang berupa hasil ringkasan wawancara dan observasi pada Diskominfo Kabupaten Sumenep

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep merupakan salah satu Satuan Kerja (Satker) di lingkungan Pemerintah Kabupaten Sumenep yang dalam perjalanannya telah banyak mengalami perubahan baik kelembagaan maupun namanya. Dinas Komunikasi dan Informatika berasal dari Kantor Departemen Penerangan Kabupaten Sumenep. Sejak diberlakukannya otonomi daerah dan mulai ditetapkan Peraturan Daerah Kabupaten Sumenep Nomor : 16 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah, Badan Komunikasi dan Informasi atau yang disingkat (Bakominfo) mengalami perubahan nomenklatur menjadi Dinas Komunikasi dan Informatika atau yang disingkat (Diskominfo). Selaku pelaksana otonomi Daerah Bidang Komunikasi dan Informasi dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada Bupati Sumenep. Adapun tugas pokok Dinas Kominfo ada 3 prioritas utama dari Dinas Kominfo Kab Sumenep, yaitu terkait pengolahan data, teknologi informasi dan pengolahan data informasi

Dinas Kominfo Sumenep sebagai sarana penyebaran media informasi yaitu pada beberapa website tertentu ataupun milik Pemkab sendiri yakni website www.sumenepkab.co.id, beberapa media sosial juga sering digunakan seperti *Instagram*, *Facebook* dan *youtube*. Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa dalam rangka menyebarkan informasi digital dengan menggunakan media sosial *Instagram* salah satunya tidak hanya sekedar memberikan informasi secara aktif akan tetapi juga ingin memberikan seputar info Kabupaten Sumenep terbaru dan memberikan upaya antisipatif terhadap berita hoax serta berbagai solusi dan kebijakan Pemkab yang tentunya akan berguna bagi masyarakat

Pembuatan konten oleh Diskominfo lebih mengedepankan tampilan secara visual dalam bentuk desain yang menarik, serta pemilihan judul, isi serta warna dari konten, agar informasi yang dibuat tersampaikan kepada followers *Instagram* dari Diskominfo. Pembuatan konten di Diskominfo Kabupaten Sumenep ada beberapa tahapan dan prosedur yang harus di lalui, yang pertama adalah konten atau naskah iklan mengacu kepada berita yang akan dipublikasi, selanjutnya dari berita yang ada dibuat naskah iklannya dengan menggunakan template yang sudah disiapkan oleh konten creator. Desain dibuat semenarik mungkin dengan tambahan gambar dan kalimat atau pesan yang akan disampaikan. Setelah konten jadi selanjutnya dilakukan koreksi bersama, supaya meminimalisir kesalahan pada konten yang akan di publish. Setelah dinyatakan tidak ada koreksi dari konten tersebut, baru konten yang berisi informasi tersebut di publish di *Instagram*. Pembuatan konten yang dibuat oleh Diskominfo bertujuan untuk menangkal berita hoax yang banyak beredar di masyarakat melalui media sosial. Dengan aktif memberikan informasi yang positif harapannya masyarakat lebih mendapatkan informasi yang benar. Pandemi covid 19 sudah berlangsung 2 tahun, sebagai upaya pemerintah dalam menekan laju penyebaran Covid 19 salah satunya dengan mempercepat vaksinasi.

Dengan membuat konten dan pemberitaan yang positif secara terus menerus Diskominfo berharap masyarakat mau mengikuti ajakan yang di berikan oleh pemerintah melalui konten – konten yang dibuat. Berdasarkan penjelasan dari beberapa informan,

mereka merasakan manfaat dari konten yang di buat oleh Diskominfo Kabupaten Sumenep, adapun informasi yang mereka terima seperti kegiatan – kegiatan yang di lakukan oleh pihak pemkab dan perkembangan vaksisasi covid 19 di Kabupaten Sumenep. Dengan informasi tersebut harapannya bisa memberikan informasi dan ajakan bagi masyarakat dalam rangka memutus mata rantai penyebaran covid 19 yang menjadi program utama pemerintah dalam 2 tahun terkahir ini. Berdasarkan hasil interview dengan beberapa informan bahwa pembuatan konten dari seorang *copywriter* harus dapat menyajikan berita dalam bentuk konten yang tepat waktu dan tepat sasaran, sehingga konten yang disajikan selalu fresh dan up date. Di sisi lain status tenaga kerja *copywriter* menjadi pemikiran oleh Diskominfo, dimana kebanyakan status mereka adalah karyawan honorer yang secara financial tidak sebanding dengan tuntutan pekerjaan yang diberikan oleh Diskominfo.

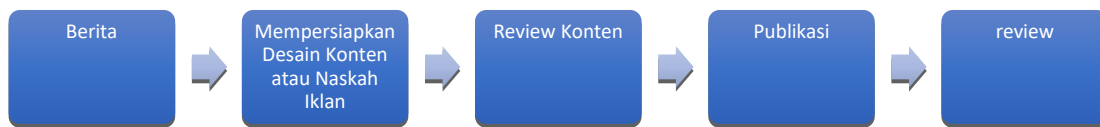
PEMBAHASAN

- Peran *copywriter* dalam membuat konten Dinas Kominfo Sumenep

Kegiatan *copywriting* memiliki makna dan maksud memberikan berbagai tulisan yang tepat dan baik sehingga dapat mudah dipahami serta dapat memberikan daya tarik dari publik maupun pembaca. Copywiting adalah sebagai optimalisasi dalam hal menggunakan bahasa untuk promosi serta membujuk audiens (Albrighton, 2013). Sedangkan *copywriter* merupakan seseorang yang mempunyai tugas membuat naskah iklan atau konten, dengan menggunakan susunan kalimat dan kata-kata yang menarik serta tampilan konten yang menarik dengan tujuan menyampaikan pesan kepada audience. Pada era digital saat ini konten bukan hanya digunakan perusahaan dalam menjalankan bisnis dan mempromosikan produk. Tetapi pada instansi pemerintah konten digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Dalam hal ini Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep memanfaatkan konten pada media sosial dalam rangka menyampaikan informasi kepada masyarakat khususnya di kabupaten Sumenep.

Ini sesuai dengan pendapat dari Syaifudin (2016) bahwa media komunikasi merupakan fasilitas ataupun sarana dalam memproduksi, menyebarkan dan penyampaian seluruh informasi. Sedangkan menurut Sutabri (2012) informasi merupakan data yang dikelompokkan dalam rangka untuk digunakan dalam hal pengambilan keputusan

Dalam penelitian ini peneliti meneliti peran *copywriter* pada Dinas Kominfo Kabupaten Sumenep dalam pembuatan konten sebagai sarana media informasi digital. Sebagaimana Moriarty (2011) maksud dan tujuan dari *copywriter* yakni menyusun sebuah kata untuk digunakan. Karena dengan peran *copywriter* tersebutlah dapat memberikan pesan yang tepat dan menjadi daya tarik. Tupoksi Dinas Kominfo sendiri melakukan pengelolaan data, teknologi informasi dan pengolahan data informasi yang bertanggung jawab langsung kepada Bupati Sumenep. Dinas Kominfo Sumenep sebagai sarana penyebaran media informasi menggunakan web site, beberapa media sosial seperti *Instagram*, *Facebook* dan *youtube*. Dalam hal peneliti lebih menyoroti media *Instagram* yang di gunakan dalam penyebaran informasi dalam Bentuk konten yang dibuat oleh Diskominfo Kab. Sumenep. Dalam struktur organisasi Diskominfo membawahi 4 bidang yaitu Bidang Komunikasi Publik, Bidang Informasi Publik, Bidang Teknologi Informasi dan Persandian serta Bidang Statistika dan Pemberdayaan TIK, sedangkan yang membawahi dalam pembuatan konten di Bidang Komunikasi Publik.



Alur Pembuatan Konten Diskominfo Kab. Sumenep

Dalam proses pembuatan konten atau naskah iklan ada beberapa tahapan yang harus dikerjakan sampai konten atau naskah iklan tersebut di publikasi. **Fase pertama** adalah dalam pembuatan konten dan naskah iklan yang dibuat oleh konten creator bersumber dari berita yang dirilis dan dihimpun oleh Bagian Humas Pemkab Kab. Sumenep maupun bersumber dari Dinas terkait. **Fase kedua** operator atau konten creator membuat konten atau naskah iklan dengan desain dan kata – kata yang menarik. **Fase ketiga** dilakukan review bersama dari konten yang dibuat. **Fase ketiga** jika tidak koreksi selanjutnya konten atau naskah iklan yang dibuat di publikasi di Instagram Diskominfo Kab. Sumenep. **Fase ke empat** dilakukan review kembali pasca publikasi. Bidang Komunikasi Publik Diskominfo Kab Sumenep merupakan salah satu dari empat bidang yang mempunyai tugas salah satunya membuat konten atau naskah iklan. Melalui konten atau naskah iklan inilah Diskominfo melakukan komunikasi digital kepada masyarakat dengan memberikan informasi terkait kegiatan Pemkab Sumenep. Dikarenakan pada tahun 2021 semua negara dunia memasuki pandemic Covid 19, Diskominfo aktif membuat ajakan dalam melakukan vaksinasi serta perkembangan vaksinasi covid 19 di Kabupaten Sumenep. Harapannya dengan sering membuat konten yang positif bisa memberikan manfaat dan edukasi kepada masyarakat khususnya di Kabupaten Sumenep. Pada gambar 4.4 bagaimana diskominfo mengajak masyarakat dalam rangka mengejar *herd immunity* dan capaian vaksinasi di kabupaten Sumenep.



Gambar 4.4
Proses Vaksinasi di Kecamatan Pragaan dan Informasi Cakupan Vaksinasi

- Se jauh mana konten yang dibuat bisa memberikan informasi kepada masyarakat di Kabupaten Sumenep

Dalam pembuatan konten atau naskah iklan Diskominfo Kab. Sumenep lebih mengedepankan pesan yang akan disampaikan dan tampilan konten seperti desain dan gambar. Operator pembuatan konten terdiri dari 3 orang staff di Bidang Komunikasi Publik, masing – masing staf mempunyai tugas yang berbeda beda. Khusus dalam pembuatan konten atau naskah iklan pada Instagram, 1 orang staf atau pegawai bertugas membuat, mendesain dan mengunggah konten atau naslah iklan pada Instagram Diskominfo. Secara keseluruhan tidak ada spesifikasi khusus dalam jenjang pendidikan yang menjadi syarat pegawai pembuat konten atau naskah iklan di Diskominfo.

Adapun tujuan Diskominfo Kabupaten Sumenep aktif dalam pembuatan konten atau naskah iklan pada beberapa media sosial khusus Instagram dalam rangka menangkal berita hoax yang banyak beredar di masyarakat harapannya dengan melakukan pemberitaan dengan konten atau naskah iklan tersebut bisa memberikan informasi yang benar di masyarakat khususnya di Kabupaten Sumenep. Sekaligus memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat terkait kegiatan dan program kerja Pemerintah Kabupaten Sumenep. Serangkaian proses pembuatan konten atau naskah iklan pada Diskominfo tidak terlepas dari beberapa kendala, seperti konten atau naskah iklan harus selalu *up to date* menyesuaikan dengan kegiatan dan pemberitaan yang dilakukan oleh dinas terkait. Selain itu status tenaga kerja yang bertugas berstatus tenaga honorer yang secara pendapatan kurang sesuai dengan beban kerja yang menjadi tanggung jawab dari bagian tersebut.

KESIMPULAN

Copywriter/pembuat konten/pembuat naskah iklan pada Diskominfo Kab. Sumenep mempunyai peran yang sangat penting dalam penyampaian pesan dan informasi digital kepada masyarakat khususnya masyarakat di Kabupaten Sumenep. Dengan penyusunan kalimat berupa ajakan atau himbauan serta desain yang menarik, bertujuan agar pesan yang dibuat mudah diterima oleh para pembaca. Dengan sering membuat konten - konten yang bersifat informatif selain mempunyai tujuan menangkal berita hoax yang banyak beredar di masyarakat serta memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat sejauh ini peran pembuat konten telah memberikan manfaat kepada masyarakat sehingga memberikan dampak yang baik bagi masyarakat dari segi informasi yang telah beredar dan memiliki dampak ke arah yang lebih baik bagi perkembangan di Kabupaten Sumenep. Untuk penelitian selanjutnya tentang *kontent creator* lebih kepada pembaca atau masyarakat sehingga tidak hanya difokuskan kepada pihak *kontent creator* itu sendiri akan tetapi masyarakat juga perlu menjadi objek penelitian selanjutnya demi memberikan hasil atau *feedback* yang lebih baik

UCAPAN TERIMAKASIH

- Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada tim peneliti yang telah memberikan ide atau pemikiran demi tercapainya artikel ilmiah dari penelitian ini.
- Ucapan terimakasih kami sampaikan untuk almamater tim peneliti Universitas Wiraraja dimana dengan dukungan dana penelitian bisa tercapainya tujuan dari penelitian ini.
- Ucapan terimakasih kami sampaikan juga pada objek dari penelitian ini yakni pihak Dinas Komukasi dan Informasi Kabupaten Sumenep yang telah memberikan kami waktu untuk melakukan penelitian di Instansi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Albrighton, T. (2014). *Copywriting Made Simple*. The ABC of Copywriting
- Agustina, Zuli. (2016) Penerapan Media Audio Visual Dalam Meningkatkan Kualitas Proses Belajar Mengajar Di Paud Apik Rejosari Wonodadi Blitar. Skripsi. Iain Tulungagung.
- Anwar, R. N. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijup di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1).
- Chaffey, Dave dan PR Smith. (2013). *E-Marketing, Excellence*. UK: Butterwort –

Heinemann

- Farokhi, M. Darul (2014) *Komunikasi Anti Sosial Anggota Komunitas Judi Online Di Taman Sepanjang Sidoarjo*. Undergraduate Thesis, Uin Sunan Ampel Surabaya.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51-66.
- Nur, Emilsyah. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online The Role Of Mass Media In Facing Online Media Attacks. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa Vol. 2 No. 1 Juni 2021 Hal : 51 - 64*
- Sasmita, Gian Gusli (2015) *Rancang Bangun Media Informasi Bis Umum Di Terminal Purwokerto Berbasis Android (A Design Of Media Information Of Bus In Purwokerto Bus Station Android Based)*. Bachelor Thesis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syaifudin, Fajar (2016) *Media Komunikasi Mahasiswa Dalam Meningkatkan Prestasi Studi : Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Undergraduate Thesis, Uin Sunan Ampel Surabaya.