

DAFTAR PUSTAKA

- Aarzoo, & Lal, R. (2025). Quality culture in advertising agencies and creativity for campaign effectiveness: Analysis of Six Sigma practices. *Heliyon*.
- Benito, M. R. (2023). *Branded content and entertainment in advertising*. Routledge.
- Derda. (2021). At the intersection of interests: Evolving creative processes and new agency-media dynamics. *Creative Industries Journal*.
- Hudson, S., & Hudson, D. (2020). *Branded entertainment: Making brands part of the entertainment experience*.
- Indrayanto, M. F., Ramdani, G., & Kuntoro, D. (2025). Proses kreatif dalam produksi video iklan untuk branding SangSanguniv Indonesia. *Journal of Education, Social Sciences and Community Service*.
- Kertamukti, R. (2019). *Strategi kreatif dalam periklanan: Konsep pesan, media, branding dan anggaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kurnia Wirakusumah, T. (2021). Konstruksi makna proses kreatif pada kreator di biro iklan. *Jurnal Manajemen Komunikasi*.
- Mariah, S. L., & Sukendro, G. G. (2024). Analisis kualitatif persepsi konsumen terhadap iklan berbasis selebriti: Studi kasus Tokopedia dan BTS. *Prologia*.

- Panuju, R. (2022). Pemasaran sebagai gejala komunikasi: Komunikasi sebagai strategi pemasaran. Kencana.
- Pranajaya, N. K., & Rachman, R. S. (2022). Strategi komunikasi copywriter dalam pemasaran konten (Analisis studi kasus di Instagram Napak Jagat Pasundan). Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi.
- Ramadhiani, F. R., & Adnan, R. S. (2023). The role of social capital and knowledge capital for freelance creative workers in audio visual industry. *Journal of Society and Media*.
- S. S. S. dos, & Aoki, M. da S. V. C. G. (2022). Creative failure in advertising: Influencing the creative process.
- Shafiee, M. (2024). Introducing a process-oriented framework for the design of advertising campaigns. *Journal of Digital Information Management*, 22(1).
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kualitatif. Alfabeta.
- Sari, A. M., Chandra, J., & Machfud. (2025). Pengaruh media sosial terhadap komunikasi organisasi: Studi kasus pada manajemen krisis. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 660–669. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6972>
- Sari, F. M., Yusnadi, Y., & Samosir, H. E. (2023). Struktur sosial komunikasi organisasi dalam perspektif klasik, humanis, integratif, dan kontemporer.

Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM), 4(2), 334–344.
<https://doi.org/10.29103/jspm.v4i2.12415>

Setyawati, A., & Wulandari, R. S. (2026). Ekranisasi sebagai media pembelajaran literasi sastra: Analisis proses adaptasi pembuatan drama pendek berbasis cerpen. *Belajar Bahasa: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 11(1), 132–141.
<https://doi.org/10.32528/bb.v11i1.4664>

Somboonvechakarn, C., Eiamkanchanalai, S., & Pratoomsuwan, T. (2021). Framework for communication model encouraging innovation in Thai small and medium family businesses. *The International Journal of Interdisciplinary Organizational Studies*, 15(2), 19–38.
<https://doi.org/10.18848/2324-7649/CGP/v15i02/19-38>

Supratman, L. P., & Zulfikar, M. H. (2016). Studi kasus tentang model komunikasi organisasi penyelia dalam membangun teamwork di divisi broadband & digital sales PT Telkomsel Branch Ambon, Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 213–220.
<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.02.4>

Susanto, D. H. (2019). Model komunikasi organisasi pada divisi newsroom JAKTV [Skripsi, Universitas Buddhi Dharma]. Repositori Universitas Buddhi Dharma. <https://repository.buddhidharma.ac.id/568/>

- Anggraini, D., & Dewi, T. U. (2022). Ekranisasi sastra terhadap alih wahana novel Soe Hok Gie: Catatan seorang demonstran ke dalam film “Gie.” *JBS: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(2), 143–158. <https://doi.org/10.24036/jbs.v10i2.116627>
- Astiani, D., Ridha, M., Tyas, L. H., & Azkia, A. (2025). Fundamental komunikasi dalam organisasi. *Jurnal Komunikasi dan Kewirausahaan*, 1(1), 28–35. <https://jurnas.saintekmu.ac.id/index.php/jkk/article/view/171>
- Chew, X., Alharbi, R., Khaw, K. W., & Alnoor, A. (2024). How information technology influences organizational communication: The mediating role of organizational structure. *PSU Research Review*, 8(3), 633–647. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2021-0041>
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fakhrurozi, J., & Adrian, Q. J. (2021). Kajian dan praktik ekranisasi cerpen Perempuan di Rumah Panggung ke film pendek Angkon. *Deiksis: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(02). <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Deiksis/article/view/4417>

- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H., & Konopaske, R. (2012). *Organizations: Behavior, structure, processes* (14th ed.). McGraw-Hill.
- Indrayanto, M. F., Ramdani, G., & Kuntoro, D. (2025). Proses kreatif produksi video iklan digital. *Jurnal Komunikasi Kreatif*.
- Izak, M., Kociatkiewicz, J., & Kostera, M. (2024). Communication in organizations: An overview and provocations. *International Journal of Management Reviews*. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12374>
- Kartini, P. A. A., Priastini, I. G. A. N., & Dewi, A. A. S. K. (2024). Teori komunikasi organisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3151–3158. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.12860>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Mariah, S. L., & Sukendro, G. G. (2024). Strategi brand campaign digital: Analisis kasus Tokopedia. *Jurnal Komunikasi Pemasaran Indonesia*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldāna, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mikkelsen, A. C., & Hesse, C. (2023). Conceptualizing and validating organizational communication patterns and their associations with employee outcomes. *International Journal of Business Communication*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2329488420932299>

- Moleong, L. J. (2019). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A. (2011). Komunikasi organisasi. Bumi Aksara.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2006). Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan. Remaja Rosdakarya.
- Purnama, D. C., Fitriyanti, I., Hamzah, A. F., Ramadhanti, D., & Andriyani, N. (2023). Model-model komunikasi: Komunikasi linier, transaksional, konvergensi, dan tiga tingkat. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 3899–3907.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/11635>
- Rodríguez, M., & Benito, R. (2023). Branded content as a communication strategy: Identity and entertainment values. *Journal of Marketing Communications*.
- Rohim, S. (2016). Teori komunikasi: Perspektif, ragam, & aplikasi. Rineka Cipta.
- Ruliana, P. (2014). Komunikasi organisasi: Teori dan studi kasus. Rajagrafindo Persada.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). The mathematical theory of communication. University of Illinois Press.