

DAFTAR PUSTAKA

- Anindyaputri, R., Rusmana, A., & Komariah, N. (2020). Hubungan Customer Engagement Melalui Instagram @perpustakaanidkud Dengan Minat Kunjungan Perpustakaan di Kalangan Follower Aktif. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.25919>.
- Dewaweb. (2022). *Panduan Reels Instagram, Fitur-Fitur, dan Cara Membuatnya*. Diakses dari <https://www.dewaweb.com/blog/panduan-reels-instagram/>.
- Fanani, O. N. (2021). Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Baru di Karanganyar). *Eprints Ums*.
- Fathunnisa, N., & Syahputra, A. (2023, April). Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus: Desa Emplasmen Kwala Mencirim, Kecamatan Sei Bingai). In *International Seminar on Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, pp. 305-312).
- Gideon Setyo Budiwitjaksono, Rima Anggun Aprilya, Sintha Dayu Aringgani, Devi Istyalita, Wakhidatul Ummah, & Moch. Rizky Ramadhan. (2023). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) di Kelurahan Klampok Kota Blitar. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(3), 31–49. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i3.110>.
- Hamidah, N., Sari, D. P., & Putri, R. A. (2019). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–58.
- Indra, Y. (2021). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi Pada Konsumen Dazzle). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.
- Iqbal, M., & Sembiring, E. B. (2024). Analisis Video Reels Terhadap Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Instagram @ruasjaricoffee. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 8(1), 94–101. <https://doi.org/10.30871/jamn.v8i1.8163>.
- Jefkins, F. (2004). *Public Relations* (Edisi ke-5, disempurnakan oleh Daniel Yadin). Jakarta: Erlangga.
- Karina, A., Indyaningrum, D. R., Indika, D. R., & Padjadjaran, U. (2024). *Implementasi Strategi Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Engagement Rate Usaha Paten*. 28(5), 1–17.

- Keutelian, M. (2025, April 10). *Best times to post on Instagram in 2025*. Sprout Social. <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-instagram/>.
- Lestiana, R. (2016). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Konsumen*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 123–135.
- Lewis, D. (2022b, August 26). *What is a Good Engagement Rate on Instagram?* — Scrunch. Scrunch. <https://scrunch.com/blog/what-is-a-good-engagement-rate-on-instagram>.
- Maria, S. A. R. OSF. (2002). *Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Nandhita Ahsanul Hawa, Budi Harto, & Panji Pramuditha. (2023). Efektifitas Komunikasi Pemasaran Bisnis UMKM Melalui Fitur Reels Instagram. *Komversal*, 5(1), 40–51. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1204>.
- Nindya, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Fitur Reels Pada Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kedai Kopi TMLST. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(2), 112–128. <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i2.3466>.
- Nizarisda, T. L., Zubair, F., & Ramdan, A. T. M. (2024). Upaya Peningkatan Engagement Media Sosial Instagram Oleh Media Parapuan. *Jurnal Common*, 7(2), 138–150. <https://doi.org/10.34010/common.v7i2.11404>.
- Novianto, Y H Suprianto, R A P Singgih, Jonathan, A H Gunadi, & Y P Wibisono. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Engagement Pada Kedai Bintoro Kopi. *GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/10.24002/giat.v1i2.5975>.
- Noviriyani, P., & Yusiana, R. (2022). *Analisis Customer Engagement Pada Media Sosial Instagram Pada Riyani The Label Tahun 2022*. *Customer Engagement Analysis On Social Media Instagram On Riyani The Label In 2022*. 8(5), 327–338.
- Anindyaputri, R., Rusmana, A., & Komariah, N. (2020). Hubungan customer engagement melalui Instagram @perpustakaanidkibud dengan minat kunjungan perpustakaan di kalangan follower aktif. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.25919>
- Indra, Y. (2021). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi Pada Konsumen Dazzle). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.
- Rahman, F. A., Munajat, M. D. E., & Novianti, E. (2022). Content analysis and engagement rate of instagram account @torajatripadventure and interest in visiting tourists to Tana Toraja tourism destinations. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(2), 279–289. <https://doi.org/10.26905/jpp.v7i2.7186>

- Vitasari, N., & Hasanudin, C. (2022). Pemanfaatan Fitur Reels Instagram pada Pembelajaran Membaca Puisi guna Mendukung Gerakan Mereka Belajar di Sekolah Menengah. *Prosiding Seminar Nasional Daring: Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(1), 10–19.
- Rini, P., Oktaviyanti, O., Wijaya, A. M., Fikriyah, A., Oktafiani, I. S., Ayuningtyas, M., & Yulianto, K. I. (2021). Analisis Penerapan Pembukuan Sederhana Terhadap Umkm Di Lingkungan Ibi-K57. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 2(1), 57–65. <https://doi.org/10.55122/teratai.v2i1.246>.
- Salmiah, Fajrillah, Sudirman, A., Siregar, M. H., Suleman, A. R., Saragih, L. M., et al. (2020). *Online Marketing . Medan: yayasan kita menulis*.
- Sprout Social. (2024b, September 9). *What is engagement rate? | Sprout Social*. <https://sproutsocial.com/glossary/engagement-rate/>.
- Vandora, V. B. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Online di Kabupaten Sintang Kalimantan Barat - STPMD APMD Repository*. (n.d.). <http://repo.apmd.ac.id/2032/>.
- Vitasari, N., & Hasanudin, C. (2022). Pemanfaatan Fitur Reels Instagram pada Pembelajaran Membaca Puisi guna Mendukung Gerakan Mereka Belajar di Sekolah Menengah. *Prosiding Seminar Nasional Daring: Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(1), 10–19.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera.
- Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2014). *Public Relations: Strategies and Tactics* (11th ed.). Pearson Education.