

DAFTAR PUSTAKA

- Alphaomegaproperty. (2020). *Pengertian media video pembelajaran*. Alphaomegaproperty. <https://alphaomegaproperty.co.id/pengertian-media-video-pembelajaran/>
- Aprilizdihar, M., Pitaloka, E. D., & Dewi, S. (2022). Pemanfaatan sosial media sebagai sarana pembelajaran di era digital. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts (DECA)*, 5(01), 40–49. <https://doi.org/10.30871/deca.v5i01.3717>
- Arsyad, A. (2019). *Media pembelajaran*. Rajawali Press.
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan teknik pengambilan gambar. *Humaniora*, 2(1), 845–854. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Cahyani, I. P. (2020). Membangun *engagement* melalui platform digital: Studi kasus Flip. *Jurnal Ekspresi & Persepsi*, 3(2), 76–87. <https://doi.org/10.31294/kom.v3i2.1132>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2022). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (6 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003009498>
- DataReportal. (2024). *Laporan digital Indonesia Januari 2024*. DataReportal. <https://datareportal.com> . Diakses pada Kamis, 13 Februari 2025 pukul 17.00 WIB
- Dheriq, A. (2022). *Pengaruh penggunaan Instagram Reels terhadap engagement audiens pada akun bisnis di Indonesia*. Universitas Lampung.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi *public relations* di era digital. *UltimaComm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 46–56. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1471>
- Habil, M. (2023). Instagram Stories sebagai media pengungkapan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIB. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 7(1), 69–82. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.7.1.69-82>
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi komunikasi pemasaran angkringan Khulo melalui media sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu*

- Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Hayati, K., & Afriani, A. L. (2024). Pemanfaatan fitur Instagram hashtag (#) di era konvergensi. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 5(1), 46–61. <https://doi.org/10.31599/z5m52r06>
- Hidayat, N. K., & Tobing, R. (2012). Enhancing netizen as a digital marketing activity toward strategic branding: A case study of “XYZ” brand. *The Winners*, 13(1), 58–66. <https://doi.org/10.21512/tw.v13i1.668>
- Johar, D. S. (2015). Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap efektivitas iklan online (Survei pada pembeli di toko online Adorable project). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1).
- Journalpedia. (2023). *Analisis pemanfaatan Instagram Reels dalam strategi digital marketing*. Journalpedia. <https://journalpedia.com/1/index.php/ime/article/view/2081/2104>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 ed.). Pearson Prentice Hall.
- Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (2000). *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Makhrian, M. A. (2023). Instagram Stories sebagai media pengungkapan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIB. *Jurnal Kaganga*, 7(1), 72.
- Meifilina, A. (2021). Instagram Reels sebagai media self disclosure mahasiswa (Studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar Blitar). *Widya Komunika*, 11(2), 43–57.
- NapoleonCat. (2024). *Data pengguna Instagram di Indonesia Januari 2024*. NapoleonCat. <https://napoleoncat.com> .Diakses pada Kamis, 13 Februari 2025 pukul 17.30 WIB
- Nurhayati, T., & Hidayat, R. (2021). *Tren fashion muslim di era digital*. Gramedia.
- Onggo, B. (2004). *Public relations dalam perspektif strategis*. Gramedia.
- Prasetyo, N. (2023). *Memfaatkan fitur collaboration di Instagram*. Punca Digitala. <https://punca.id/memanfaatkan-fitur-collaboration-di-instagram/>
- Riofita, H. (2024). Optimalisasi platform digital sebagai strategi pemasaran dalam

- meningkatkan penjualan UMKM. *Inovasi Makro Ekonomi (IME)*, 6(3).
- Saputra, A. (2021). *Strategi digital marketing di era media sosial*. Gramedia.
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Tantangan komunikasi pemasaran digital di era teknologi. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 5(2), 45–56.
- Setiawan, R. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran digital*. Gramedia.