

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>
- Armayanti, N., & Pramana, D. (2022). *Public relations*. Merdeka Kreasi Group.
- Bau, M. D., & Widodo, H. P. (2020). Strategi branding Kota Wisata Batu (KWB) melalui media internal dan eksternal hubungan masyarakat (humas) Pemerintah Kota Batu. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 9(2), 102–110. <https://doi.org/10.33366/jisip.v9i2.2224>
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan teknik pengambilan gambar. *Humaniora*, 2(1), 845–854. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- BPS. (2024). *Tingkat pengangguran terbuka (TPT) sebesar 4,91 persen dan rata-rata upah buruh sebesar 3,27 juta rupiah per bulan*. Badan Pusat Statistik; Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/11/05/2373/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-91-persen-.html>
- BPS Provinsi Jawa Tengah. (2024). *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah (persen), 2023-2024*. Badan Pusat Statistik. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjQjMg==/tingkat-pengangguran-terbuka-tpt-.html>
- Cahyono, E., Budiardjo, H., & Hidayat, W. (2016). Perancangan video iklan layanan masyarakat alat kontrasepsi berbasis online sebagai sarana informasi program keluarga berencana. *Jurnal Art Nouveau*, 5(2), 258–264.
- Darmawan, A. D. (2024). *Data 2023: Pengangguran di Kota Semarang 5,99%*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/index.php/ketenagakerjaan/statistik/8e30a659c31b530/data-2023-pengangguran-di-kota-semarang-5-99->
- Disnaker. (2025). *Peranan Balai Latihan Kerja (BLK) dalam mempersiapkan tenaga kerja pada dunia usaha dan industri*. Dinas Tenaga Kerja. https://disnaker.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/44_peranan-balai-latihan-kerja-blk-dalam-mempersiapkan-tenaga-kerja-pada-dunia-usaha-dan-industri
- Fauziah, M. U. (2021). *Penggunaan media video iklan layanan masyarakat dalam pembelajaran menulis teks eksplanasi siswa kelas XI SMAN 10 Kabupaten Tangerang tahun pelajaran 2021/2022*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Habil, M., Budiman, D. A., & Makhrian, A. (2023). Instagram Stories sebagai media pengungkapan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIB (Kajian pengguna Instagram Stories pada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu). *Jurnal Kaganga*, 7(1), 69–82.
- 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>
- Humaidi, L., Hubeis, A. V. S., Puspitawati, H., & M Anwas, O. E. (2020). Karakteristik penyuluh dalam pemanfaatan media sosial sebagai media informasi pertanian. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 4(1), 111–124. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v4i1.6113>
- Husna, J., Sadiqin, S., Muhaimin, Y., Fitriyana, & Wahdiyah, R. (2021). The effectiveness of e-recruitment method through social media (Case study at PT Es The Indonesia Makmur West Java). *E3S Web of Conferences*, 317, 05012. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131705012>
- Indrianingrum, A. P., Muflichah, A. F., & Angeti, D. C. (2023). Optimalisasi Balai Latihan Kerja sebagai wujud program pemerintah guna mendukung persiapan kerja generasi muda. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan (JIWP)*, 9(14), 178–185.
- Kristanto, A., & Yanuar, B. (2018). *Perancangan sistem informasi dan aplikasinya*. Gava Media.
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Siaran televisi non drama: Kreatif, produk, public relation, dan iklan*. Kencana.
- 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.
- Mentari, I. (2022). Perancangan dan implementasi iklan konten video cinematic promosi “Kopi Paste” dengan menggunakan aplikasi Vn. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 1(3), 19–28.
- Panggabean, A. D. (2024). *Ini data statistik penggunaan media sosial masyarakat Indonesia tahun 2024*. Radio Republik Indonesia. <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>
- Prasetyo, N. (2023). *Memfaatkan fitur collaboration di Instagram*. Punca Digitala. <https://punca.id/memanfaatkan-fitur-collaboration-di-instagram/>
- Pratiwi, S. A., & Hidayat, D. (2020). Iklan layanan masyarakat COVID-19 di media sosial dan perilaku masyarakat di Jawa Barat. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 72–74.

- Prawira, S. K. P., Astuti, N. K. R., & I. Gede Agus Indram Bayu Artha. (2021). Perancangan video iklan layanan masyarakat dan media pendukung sebagai sarana sosialisasi pengolahan sampah berbasis sumber di Desa Temesi. *Amarasi*, 2(1), 39–50.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2015). Situs YouTube sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi: Sebuah survei terhadap mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171–180.
- Silviani, I. (2020). *Public relations sebagai solusi komunikasi krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Syafri, M., & Atmazaki. (2023). Bentuk dan bahasa iklan layanan masyarakat melalui Instagram. *Ta'rim: Jurnal Pendidikan dan Anak Usia Dini*, 4(1), 56–64. <https://doi.org/10.59059/tarim.v4i1.82>
- Victory. (2025). *Aplikasi Youtube 2025*. 2025 CO ID. <https://2025.co.id/aplikasi-youtube-2025>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. WeAreSocial. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>