

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsallam. (2019). *Framing Sebagai Pembangun Bahasa Visual Dalam Sinematografi Film Cerita “Masakan Eyang” (Doctoral Dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).*, 30–73.
<http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/6302>
- Erna Rachmawati, dkk. (2020). *Pengenalan Batik Indonesia Menggunakan Ciri Warna Dan Tekstur. IJAI (Indonesian Journal of Applied Informatics)*, 4(2), 152–164. <https://doi.org/10.20961/ijai.v4i2.41591>
- Erwin, dkk. (2024). *Social Media Marketing Trends. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.*, 7–14.
[https://books.google.co.id/books?id=5EYEQAAQBAJ&lpg=PA7&ots=aLXCfaeE2f&dq=Erwin et al.%2C 2024 Konten adalah informasi yang disajikan melalui berbagai bentuk media%2C seperti tulisan%2C gambar%2C video%2C dan audio .&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=5EYEQAAQBAJ&lpg=PA7&ots=aLXCfaeE2f&dq=Erwin+et+al.+2024+Konten+adalah+informasi+yang+disajikan+melalui+berbagai+bentuk+media+seperti+tulisan+gambar+video+dan+audio+&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false)
- Marta Kusuma Putri, dkk. (2019). *Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 17(2), 156–161.
<https://journal.um-surabaya.ac.id/balance/article/view/3133>
- Anggraini, S. (2019). *Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana*, 3(2), 408–415.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/download/6373/4931>
- Antasari, P. (2022). *Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kabupaten Palu. Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/view/327>
- Antolope. (2023). *Jenis Angle Kamera Dalam Pembuatan Film.*
- Asari et al. (2023). *Pengantar Statistika BAB VIII Sampling*, 97–110.
- Ashari, P. (2021). *Perancangan Konten Visual Instagram Tenun Ikat “Paradila” Lamongan. Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen*

- Desain, Dan Periklanan, 06(02), 237–258 .
<https://doi.org/10.25124/demandia.v6i2.3082>
- Billah. (2019). *Strategi Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Majalengka. JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 1(2).
<https://core.ac.uk/download/pdf/228885347.pdf>
- Fadilla, W. (2023). *Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46.
<https://jurnalmitita.univpasifik.ac.id/index.php/mjp/issue/view/3>
- Ghithrif. (2024). *Perancangan Video Sebagai Media Promosi Digital Untuk Mengoptimalkan Sosial Media Pada Promosi Film Bangku Kosong (Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia)*., 1–32.
https://repository.upi.edu/116306/7/S_MULTI_1908353_Title.pdf
- Hermawan. (2020). *Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dalam Membangun Media Relations. JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 140–154.
<https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1028>
- Oktaviani, W. (2022). *Strategi Pembentukan Customer Engagement Akun@ Kamargadget Melalui Tim Kampanye Han Ji Pyeong. Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 9(1), 99–114.
<http://dx.doi.org/10.31602/al-kalam.v9i1.6332>
- Permatasari, Februadi, G. (2021). *Proyek Meningkatkan Brand Awareness Forget Me Not Coffee Melalui Video Promosi Di Instagram*, 12, 1144–1149.
<https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2897/2245>
- Putra, A. (2022). *Pelatihan Produksi Konten Pada Media Instagram Sebagai Penyampaian Informasi Di SMK Letris Indonesia Tangerang Selatan. AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 92–95.
<https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/85>
- Putri, A. (2024). *Analisis Konten Media Instagram @bickleyflorist Bisnis Buket Bunga Sebagai Media Promosi*, 1–7
<http://dx.doi.org/10.21070/ups.6094>
- Putrihapsari, F. (2020). *MANAJEMEN PENGASUHAN ANAK USIA DINI PADA*

- IBU YANG BEKERJA: SEBUAH STUDI LITERATUR, 6(1), 66–77.
<https://doi.org/10.21009/JIV.1502.4>,
- Rianto, M. (2024). *Produksi Video Konten Reels Instagram Last Child Sebagai Sarana Promosi Lagu <Hancur Lebih Dulu=*, 11(6), 7109
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/managemen/article/download/25138/24068>
- Setiawati, R. (2023). *Analisis Perkembangan Batik Maos Di Rumah Batik Rajasa Mas Kabupaten Cilacap*, *FASHION AND FASHION EDUCATION JOURNAL*, 12(2), 78–88.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ffe/article/view/74683/25558>
- Sriwendiah, N. (2022). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy (Survei Pada Konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta)*. *Jurnal Bisnis*, 10(1), 36–50 .
<https://doi.org/10.62739/jb.v10i1.20>
- Tanady, F. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta*. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Taufiqoh, Nurdevi, K. (2018). *Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia*. In *Prosiding Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(2), 58–65.
http://simkatmawa.kemdikbud.go.id/v3/assets/upload/foto_non_lomba_061016_1560707203096194000.pdf
- Thifalia, S. (2021). *Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film*. *Jurnal Common*, 5(1), 39–55
<https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>