

DAFTAR PUSTAKA

- A.S, N. P. V., & Mustaqim, K. (2024). Penerapan Metode Motion Graphic pada Video Promosi Rumah Kos Dermawan Living, Denpasar Bali. *Sci-Tech Journal*, 3(1), 139–146. <https://doi.org/10.56709/stj.v3i1.456>
- Akhmad Arman, A., & Sidik, A. (2019). *Measurement of Engagement Rate in Instagram (Case Study: Instagram Indonesian Government Ministry and Institutions)*. <https://doi.org/10.1109/ICISS48059.2019.8969826>
- Awaludin, M. I., & Wardhana, S. S. M. (2024). Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram@ P3SMANDIRI dalam meningkatkan Brand awareness. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 9(2), 529-544.
- Bagas Dwiya Yudhana, & Ade Gunawan, O. (2023). Peran Motion Graphic Pada Animasi Kok Bisa Sebagai Media Komunikasi Visual: Efektivitas Motion Graphic sebagai Media Komunikasi Visual. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(1), 204-211.
- Batubara, A. S. S., & Dewi, R. (2024). Strategi Humas BPSDM Provinsi Jawa Barat Dalam Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram@ bpsdmjabar. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(5).
- Dewi, W. N., Sevtiana, A., Suwandi, S., & Julaeha, T. S. (2022). Perancangan Brand Identity Dan Banner Sebagai Media Promosi Bunabee Fashion Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Digit: Digital of Information Technology*, 12(1), 54-66.
- Diskominfo Prov Jabar. Sejarah. Diakses pada Februari 5. 2025. dari <https://diskominfo.jabarprov.go.id/profil?tab=sejarah>
- Fernando, F., Yandri, Y., Hariri Gani, M., & Malik, K. (2023). Perancangan Media Edukasi dengan Teknik Motion Graphic tentang Objek Wisata Bersejarah Bukittinggi. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 5(2), 97–107.
- Hapsari, P. W., Shafira, D., Ardini, I., & Syukri, M. (2024). Inovasi Digital Dalam Promosi Media Sosial Melalui Fitur Kolaborasi Instagram@ nyaimercon. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 8(2), 152-161.

- Hendriyani, C. D., & Sutarjo, M. A. S. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat Dalam Diseminasi Informasi Terkait Aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps. *eProceedings of Management*, 11(6).
- Hidayati, N. S., Abdullah, F., & Anggraini, N. (2023). Pembuatan Video Iklan Animasi Menggunakan After Effect Untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Buket Dikala. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 1965-1974.
- Irawan, I. N., Lestari, T. P., Lubis, R. B. F. F., & Rahimullah, M. F. (2024). Pelatihan Peningkatan Kesadaran Brand Awareness Digital Marketing bagi Siswa Pemasaran SMK Budi Warman II Jakarta. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 492–498.
- Lynn, T., Rosati, P., Conway, E., Curran, D., Fox, G., & O’Gorman, C. (2022). *Digital Public Services* (pp. 49–68). https://doi.org/10.1007/978-3-030-91247-5_3
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694-707.
- Mathory, E. A. S., & Syahna, S. (2022). Dampak video promosi objek wisata pada peningkatan pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 105-119.
- Milošević, R., Komlenić, A., Kašiković, N., Banjanin, B., & Menzildžić, D. (2022). *Instagram influencers’ responsiveness to a small business collaboration outreach*. <https://doi.org/10.24867/grid-2022-p25>
- Persang, Abraham Khasdo (2023) *Produksi Video Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness Melalui Platform Instagram Bogasari Baking Center Tanjung Priok*. Undergraduate thesis, Universitas Diponegoro.
- Puspita, N. A., & Samatan, N. (2022). *Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. 4(2), 112–117.

- Rizal, M., Butsiarah, B., & Pahany, M. A. (2021). Perancangan animasi motion graphic sebagai media promosi STMIK AKBA. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(1), 8-15.
- Romadonah, E. S., & Maharani, I. N. (2019). *Motions graphic* sebagai media pembelajaran. *Jurnal Utile*, 5(2), 115-122.
- Ressa, T., & Andrews, A. (2022). High school dropout dilemma in America and the importance of reformation of education systems to empower all students. *International Journal of Modern Education Studies*, 6(2).
<https://doi.org/10.51383/ijonmes.2022.234>
- Romdhonie, M. D., & Oktariyanda, T. (2023). Standar Pelayanan Perizinan Pendirian Atau Operasional Pendidikan Formal Maupun Non Formal Berbasis Digital Di Dinas Pendidikan Kota Surabaya. *Publika*, 2067-2082.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Simaremare, J. A., Hutauruk, R. S., & Simanjuntak, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Motion Graphic Terhadap Kemampuan Menulis Teks Deskriptif Kelas VII SMP Swasta HKBP Sidorame Medan 2023/2024. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4675–4684.
- Wedaswari, I. G. A. A., Pramana, D., & Putri, P. A. N. (2025, March). Analisis Penerapan Social Media Marketing Instagram Terhadap Tingkat Engagement Pengguna (Studi Kasus Tedung Mas). In *Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER)| Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali* (Vol. 2, No. 1, pp. 1075-1080).
- Zakaria, F., & Wijaya, G. (2022). Perencanaan Media Sosial dalam Sosialisasi Surat Pemberitahuan Tahunan (spt) Tahun 2020. *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 3(1), 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jmki.69696>