

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, N. (2019). *Public Relations In The Era of Artificial Intelligence (Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi Dunia PR)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Bagus Nyoman Udayana, I., & Lukitaningsih, A. (2022). Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN. *Equilibrium : Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19, 1–8. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Broom, G. M. (2012). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (Eleventh Edition). Pearson.
- Brown, B. (2022). *Cinematography: Theory and Practice* (Fourth Edition).
- Castillo, S., Calvitti, K., Shoup, J., Rice, M., Lubbock, H., & Oliver, K. H. (2021). Production processes for creating educational videos. *CBE Life Sciences Education*, 20(2). <https://doi.org/10.1187/cbe.20-06-0120>
- Erlangga, C. Y., Gogali, V. A., & Utomo, I. W. (2024). *Analisis Penerapan Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Iklan Susu Ultra Versi Sheila On 7* (Vol. 5, Issue 2).
- Gunawan, I. (2022, October 13). *Pengelola Mal Optimistis 2023 Tingkat Kunjungan Bakal 100 Persen*. <https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20221013/12/1587210/Pengelola-Mal-Optimistis-2023-Tingkat-Kunjungan-Bakal-100-Persen> .
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). CV. Pustaka Ilmu. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 347–353.
- Prasetya, B. P. P. (2022). *Instagram Post Design Guide Book*. Ma Chung Pers.
- Putri, S. Z. (2024). *Produksi Video Reels Instagram “Semarang Pancen Apiks” sebagai Upaya Branding untuk Mempromosikan Aplikasi APIKS Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang*. . Universitas Diponegoro.
- Romdona, S., Senja Junista, S., & Gunawan, A. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JISOSEPOL* :

- Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39–47.
<https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>
- Santoso, V. A. T., Santoso, A. W. T., & Santoso, V. T. (2023). *Di Balik Legenda Sri Ratu : Kisah Tentang Hasil yang Tidak Mengkhianati Usaha*. SRLand Properties.
- Saputri, A. M. (2023). *Produksi Konten Video Reels Instagram pada Akun @kusumaweddingofficial untuk Mendukung Pemasaran Digital Kusuma Wedding*. Universitas Diponegoro.
- Sasongko, R. S. (2021). Faktor - faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Siahaan, M. U. B., & Marunung, N. (2022). HUMANTECH JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA STUDI LITERATUR MODEL PEMBELAJARAN TREFFINGER UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERPIKIR KREATIF SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA (SMP). *Humantech : Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*.
- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2019). PENERAPAN ANGLE CAMERA DALAM VIDEOGRAFI JURNALISTIK SEBAGAI PENYAMPAI BERITA DI METRO TV BIRO MEDAN. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 2019.
- Supada, W. (2020). *PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN PENCITRAAN POSITIF ORGANISASI* (Vol. 1, Issue 1).
- Supriadi, R. Z. (2024). *Implementasi Teori AIDA Melalui Produksi Konten di Yayasan Dampak Sosial Indonesia sebagai Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Pengikut pada Platform TikTok @Dampaksosial.Id*. Universitas Diponegoro.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian Edisi Revisi Tahun 2021* (Edisi Revisi 2021). Unri Press.
- Usman, A. R. (2013). *Public Relation Suatu Pengantar*. Bandar Publisher.