

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- HubSpot. (2023). *Laporan Pemasaran Video 2023*. HubSpot. Diambil dari <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>
- Think with Google. (2021). *Cara membangun strategi konten video yang menghasilkan hasil*. Diambil dari <https://www.thinkwithgoogle.com>
- We Are Social. (2024). *Special Report Digital 2024 Your Ultimate Guide To The Evolving Digital World*.
- Wistia. (2022). *Durasi video dan data keterlibatan*. Wistia. Diambil dari <https://wistia.com/learn/marketing/optimal-video-length>
- Ariwangsa, I. G. O., Apriliani, N. P. M., Laksmi, K. W., & Putra, K. S. W. (2023). *Upaya Meningkatkan Pemasaran Digital UKM Sekar Madu Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital Dengan Video Branding*. Jurnal Ilmiah Pangabdhi, 9(2), 70-75. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v9i2.19035>
- Anjani Ayu Pratiwi, Naomi Sianturi, Santi Pertiwi Hari Sandi, & Dwi Epty Hidayaty. (2023). *Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness*. Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(3), 141–151. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.992>
- Arifin, M. S. (2021). *Strategi Komunikasi Branding Perguruan Tinggi*. Al-Ibrah : Jurnal Pendidikan Dan Keilmuan Islam, 6(1), 70-102. <https://doi.org/10.61815/alibrah.v6i1.125>
- Bonafix, D. N. (2011). *Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar*. Humaniora, 2(1), 845–854. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Eka Sari, W., Yulianto, Y., Junirianto, E., Franz, A., Karim, S., & Khamidah, I. M. (2021). *Video branding untuk promosi usaha mikro kecil menengah (UMKM)*. Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS, 4(1), 10–18. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i1.7174>
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). *Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data*. Mitita Jurnal Penelitian, 1(3), 34-46. <https://jurnalmitita.univpasifik.ac.id/index.php/mjp/article/download/47/42>

- Fawahan, L., & Purnasari, I. (2021). *Membangun Branding Produk UMKM Melalui Media Sosial Tiktok*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(1), 280-289. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.627>
- Hamida, A. N., Sari, U., Azzahra, Z. F., Ridho, M. R., & Widiyatmoko, W. (2024). *Potensi Gua Cokro sebagai Objek Wisata Gua Karst di Kalurahan Umbulrejo, Kapanewon Ponjong, Kabupaten Gunungkidul*. Jurnal Swarnabhumi: Jurnal Geografi dan Pembelajaran Geografi, 9(1), 64-73. <https://doi.org/10.31851/swarnabhumi.v9i1.8824>
- Kurniati, N. Y. (2023). *Pengaruh influencer marketing terhadap brand awareness suatu produk*. Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan, 14(5), 537-548. <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i5.3790>
- MARLIANI, L. P. (2021). *Pengembangan Video Pembelajaran untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Sekolah Dasar*. Paedagogy: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi, 1(2), 125-133. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v1i2.802>
- Ni'mah, J. N., Fitriana, L., Handini, F. P., Sumiyarsono, E., Fitriah, A., Khafidah, F., ... & Syahputri, W. A. (2025). *Branding Destinasi Depo Pasar Ikan Sidoarjo Melalui Video Profile sebagai Upaya Daya Tarik Masyarakat*. Nusantara Community Empowerment Review, 3(1), 65-71. <https://doi.org/10.55732/ncer.v3i1.1553>
- Suryaningsih, A. (2020). *Dampak Media Sosial terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik*. Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi, 7(1), 1 - 10. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v7i1.45>
- Suryanto Gono, J. N., Rakhmad, W. N., Sutino, & Firdaus, M. (2024). *Branding Wisata Budaya Sumberwungu*. Semarang: Fastindo.
- Susanti, R. (2022). *Peran Media Sosial dalam Promosi Pariwisata Budaya di era Digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pariwisata, 14(1), 45–56. <https://doi.org/10.1234/jikp.v14i1.5678>
- Trixie, A. A. (2020). *Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia*. Folio, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37715/folio.v1i1.1380>
- Nasrullah, R. (2022). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (hlm. 75). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.