

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. N., Irawati, F. E., & Abstrak, I. A. (2024). PENGARUH REELS INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK DAN PURCHASE INTENTION. *Jurnal Bisnis Digital Dan Sistem Informasi*, 5, 2747–0415. <https://doi.org/10.26751/bidisfo>
- Azhar, A. M., Nostalia, D. A., & Sasongko, D. B. (2025). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food PT. ILM. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 4(1), 69–82.
- Dealls. (2025, August 5). *Jam Posting Instagram Terbaik 2025 untuk Feed, Reels, & Story*. Dealls. <https://dealls.com/pengembangan-karir/jam-posting-instagram#>
- Defrilia, I. M., & Nurudin. (2025). Pengelolaan Cyber Public Relations pada @pt_inka dalam Membangun Citra Baik Perusahaan. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(4), 3601–3608. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i4.7552>
- Dewi, N. P. A. P., Landrawan, I. W., & Kertih, I. W. (2025). Implementasi Pendidikan Karakter dalam Membentuk Sikap Disiplin pada Pembelajaran PPKn: Studi Evaluasi Kurikulum Merdeka. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(1), 535–544. <https://doi.org/https://doi.org/10.56832/edu.v5i1.824>
- Gyardani, K. A., & Dama, M. S. D. (2024). Reels Instagram@ kedaii. asmara sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Kunjungan Pelanggan Generasi Z di Kedai Asmara. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 407–416. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/interaksi.v8i2.19511>
- Hakim, M. Al. (2024). *KREATIVITAS EDITOR PADA PROSES VIDEO EDITING DALAM KONSEP COLOR GRADING DI KAWAN JALAN PRODUCTION PEKANBARU* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/88365>
- Hanifah, A., Munawaroh, A., Husainah, N., Jamilah, S., Hartinah, S., Harun, S. H., & Annas, M. (2025). Pengantar Ilmu Statistik. In *Di dalam: Hanifah, A., Munawaroh,*

- A., Husainah, N., Jamilah, S., Hartinah, S., Harun, SH, Annas, M., editors. *Pengantar Ilmu Statistik. Sidoarjo: Duta Sains Indonesia*. Duta Sains Indonesia.
- Humaidah, A., Irawan, T. T., Hasrul, & Agung, R. A. G. (2025). HUBUNGAN CONTENT MARKETING PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SCARLETT WHITENING. *JURNAL MANAJEMEN PRATAMA*, 2(1).
- Inayah, S. N., & Utari, S. A. (2025). Cyber Public Relations pada Kampanye Sadar Wisata 5.0 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 61–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i2.676>
- Jauhari, M. (2021). *Cyber Public Relations: Membangun Kepercayaan Publik Melalui Media Siber*. Perpustakaan IAIN Jember.
- Kausar, M. D. F. (2025). *ANALISIS PRODUKSI KONTEN REELS DAN STORY INSTAGRAM @MAKEDIGICAM* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/86058>
- Mahendra, A. T., & Anam, C. (2020). KONSEP DESAIN TAS MODULAR FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 7(2). <https://doi.org/10.46964/jkdpia.v7i2.53>
- Mesa, R., Pranata, R. T. H., & Hamdani, T. C. (2025). Implementasi Teknik Sinematografi dalam Pengambilan Gambar Iklan Edukasi Penggunaan Air Bersih di Perumda Tirta Pakuan. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(1), 1209–1220. <https://doi.org/https://doi.org/10.56832/edu.v5i1.978>
- Nugroho, A. Y. (2025). Pengantar Videografi Untuk Pemula. In *Yogyakarta: CV Gemilang Press Indonesia*. Gemilang Press Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/390115044>
- Octatya, A., & Ayuningrum, N. G. (2025). PERAN REELS DALAM MENINGKATKAN AWARENESS MASYARAKAT PADA AKUN INSTAGRAM @banksampahinduksurabaya. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 8(1).

- Octaviana, E., Zahara, Z., Ponirin, P., & Farid, F. (2024). Peran content marketing Instagram sebagai strategi menumbuhkan brand awareness pada usaha Springshop_PLW. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 289–304.
- Pasassa, F., Muhallim, M., & Abduh, H. (2025). SISTEM INFORMASI PADA KANTOR DESA PETTALANDUNG BERBASIS WEBSITE. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(2). <https://doi.org/10.23960/jitet.v13i2.6141>
- Putra, K. P., & Mahendra, A. I. (2024). PENERAPAN DASAR EDITING VIDEO KOMISI PEMILIHAN UMUM DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (KPU DIY) PADA PLATFORM YOUTUBE. In *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional* (Vol. 6, Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.54783/jin.v6i2.917>
- Putra, R. A., & Iskandar, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. JX di Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 141–148. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.3128>
- Putri, I. M., Rasyid, A., & Yazid, T. P. (2025). Digital public relations sebagai media publikasi dalam dunia pendidikan. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.52434/jk.v11i1.42246>
- Putri, M. W., & Zebua, W. D. A. (2025). Peran Public Relations PT. KCIC dalam Membangun Brand Awarenesses Kereta Cepat Whoosh. *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 20–34. <https://doi.org/10.62383/kajian.v2i2.303>
- Rahmi, D. (2025). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @bujangdarabengkalis DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA KABUPATEN BENGKALIS* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/86210>
- Romadhona, A., & Putri, F. F. (2025). ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI AKUN INSTAGRAM INFOKRIAN UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.57084/jmb.v6i1.1705.g1460>

- Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Sadida: Islamic Communications and Media Studies*, 1(2), 179–202. <https://doi.org/10.22373/sadida.v1i2.1612>
- Sirait, E. S., Sinurat, S. N., & Saragih, H. (2025). Pengaruh Social Media Khususnya Instagram, Influencer Marketing, Dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 2017–2025. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.796>
- Soleha, F., Susanti, N., & Jailani, M. (2023). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA BUKIT INDAH SIMARJARUNJUNG DANAU TOBA. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 963–972. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.703>
- Sulfiah, A., Amalia, D. U., Jannah, F., Nurhasanah, S., Febriyanti, Y., & Ferdiana, R. (2025). Strategi Public Relation Klinik Pratama Bina Medika Kota Serang Dalam Membangun Brand Awareness. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 2(1), 57–67. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i1.597>
- Sutardi, H., & Arthauli, N. G. (2024). Beban Kerja Karyawan Resepsionis Di Trans Luxury Hotel Bandung. *Jurnal Pariwisata Vokasi*, 5(1), 67–77.
- Tatasari, T. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness Dagoda Coffee. *JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS, MANAGEMENT, ACCOUNTING AND SOCIAL SCIENCES*, 2(1), 50–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.63200/jebmass.v2i1.109>
- Wayuningsih, A., Thahira, A., Wijayanti, R. E., Rimbahari, A., & Widodo, V. (2025). Analisis Pengaruh Integrated Marketing Communication dan Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Jaringan Saudagar Muhammadiyah. *Journal of Cyber Management and Business*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.64163/jocmab.v1i1.19>
- Wibawa, S. C. (2020). Fotografi dan Videografi. In *Surabaya: Book of Digital Literacy Series*.