

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia.
- Ardhya, R. P., Kholik, A., & Rizki, M. F. (2024). *Strategi Content Marketing melalui Media Sosial Instagram@ Voffice dalam Meningkatkan Brand Awareness*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 16814-16824.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. 10(10), 897.
- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2020). *Film art: An introduction* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Breakenridge, D. (2021). *Digital Public Relations : Social media strategies for engaging and connecting with your audience* (3rd ed.). Routledge.
- Cantika, A. S. R., & Yudaningsgar, K. S. (2025). *Implementasi AIDA dalam Pembuatan Konten Instagram@ fitacademy_id untuk Meningkatkan Brand Awareness*. *Al-Manar: Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 14(1), 1-24.
- Damanik, J. (2020). *Tren konsumsi makanan di kalangan generasi milenial: Implikasi terhadap industri kuliner*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). *Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan publikasi (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram@ rumahkimkotatangerang)*. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173-190.

- Dancyger, K. (2023). *The technique of film and video Editing: History, theory, and practice* (7th ed.). Routledge.
- Annur, C. M. (2023, September 26). *Pengguna Instagram RI tembus 100 juta orang per April 2023, terbanyak ke-4 di dunia*. Databoks. Diakses pada 11 Februari 2026, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus100-juta-orang-per-april-2023-terbanyakke-4-di-dunia>
- Desrianti, D. I., Oganda, F. P., Apriani, D., & Budiman, L. A. A. A. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Siswa Melalui Pendidikan Agama Islam*. *Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi dan Sosial*, 1(1), 46-54.
- Eastman, S. T., Ferguson, D. A., & Klein, R. A. (2022). *Producing for TV and video: A real-world approach* (12th ed.). Routledge.
- Firmansyah, R. (2023). *Strategi komunikasi Public Relations pada perusahaan B2B di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 7(2), 88–96.
- Fitriannor, I. J., Cahyo, B., Adhi, S., & Ekoputo, W. (2023). *Penggunaan Instagram*
- Freberg, K. (2023). *DisCovering Public Relations : An introduction to creative and strategic practices* (2nd ed.). Sage Publications.
- Goldsmith, J., Ferrante, M., Tauriello, S., Epstein, L., Leone, L., & Anzman-Frasca, S. (2024). *Examining child schooling/care location and child temperament as predictors of restaurant-related behaviors during the COVID-19 pandemic: findings from a nationally representative survey*. *Frontiers in Nutrition*, 11. <https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1281686>

- Goldsmith, J., Ferrante, M., Tauriello, S., Epstein, L., Leone, L., & Anzman-Frasca, S. (2024). *Examining child schooling/care location and child temperament as predictors of restaurant-related behaviors during the COVID-19 pandemic: findings from a nationally representative survey*. *Frontiers in Nutrition*, 11. <https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1281686>
- Husna, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada Ardhina Batik Motif Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Ilham Wahyudi, I. (2023). *Pemanfaatan Fitur Reels Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram@ mixuesudirmanpku* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Instagram. (2024). *Create and edit Instagram Reels*. Meta Platforms, Inc. <https://help.instagram.com/>
- Irwanti, M., Sufa, S. A., Horri, M., Mulyono, A., & Aprillia, I. (2021). *Dinamika Public Relations dalam komunikasi korporat di Indonesia pasca pandemi Covid-19*. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 4(1), 45–60. <https://doi.org/10.31949/jika.v4i1.4954>
- Ivanka, C. N., Ardhanari, M., & Kristyanto, V. S. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Equity, Brand Engagement, Dan Customer Bonding Sebagai Mediator Pada Media Sosial Instagram Somethinc*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen: JUMMA*, 12(1), 68-87.
- Keller, K. L. (2021). *The future of brands and branding: An essay on multiplicity, heterogeneity, and integration*. *Journal of Consumer Research*, 48(4), 527-540.

- Keller, K. L. (2023). *Looking forward, looking back: Developing a narrative of the past, present and future of a brand*. *Journal of Brand Management*, 30(1), 1-8.
- Khazindar, B., Arjo, TR, & Pribadi, JD (2025). *Optimasi Konten Reels Instagram Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness Menggunakan Aplikasi Capcut Pro pada Gun2 Bike*. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1 (5), 3632-3650.
- Kupsc, J. (2021). *The history of cinema for beginners*. *For Beginners Books*.
- Pramita, K., & Manafe, L. A. (2022). *Personal selling implementation and AIDA model; Attention, Interest, Desire, Action*. (*International Journal of Entrepreneurship and Business Development*), 5(3), 487-494.
- Putra, I. G. N. (2022). *Analysis of contents of the Indonesian Public Relations textbook on digital Public Relations*. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1), 187–197.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i1.633>
- Putri, I., Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). *Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1-10.
- Sakdiyah, V. A. N., Sulistyaningsih, L., Kumaeroh, S. U., & Mashudi, M. (2025). *Dimensi hubungan masyarakat dalam manajemen pemasaran lembaga pendidikan Islam*. *Journal of Academic Pedagogy*, 1(1), 9–19.
<https://doi.org/10.61105/jap.v1i1.173>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). *Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar*. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37-48.

- Sasmitha, S. (2022). *PEMBUATAN MEDIA PEMBELAJARAN ANIMASI BERBASIS MOTION GRAPHIC MATERI MACAM-MACAM SHOT SIZE DAN PENGGUNAANNYA DALAM SINEMATOGRAFI DI PROGRAM STUDI TIMD JURUSAN TEKNIK KOMPUTER POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Septiani, N. A., & Priatna, W. B. (2024). *Strategi komunikasi digital Public Relations dalam membangun citra positif RRI Kota Bogor*. All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society (AFoSJ-LAS).
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand marketing: The art of branding*. Media Sains Indonesia.
- Sunartono. (2023). *Kemenperin: Industri makan dan minum tumbuh 5,35 persen di kuartal pertama 2023*. Harian Jogja.
- Tanasia, & Aulia. (2023). *Strategi Public Relations Brand Le Havre*
- Tavşan, F., & Bahar, Z. (2023). *Çocuk Dostu Restoranların Çocuk Gereksinimleri Ölçeğinde İncelenmesi. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*.
<https://doi.org/10.16950/iujad.1125301P>-ISSN : 2654-4946 E-ISSN : 2654-7538
 DOI : 10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA Vol. 8 No. 1 (2025):
 IKRAITH-EKONOMIKA Vol 8 No 1 Maret 2025623
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). *Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film*. Jurnal Common, 5(1), 39-55.
- Wardiyanta, W., Hidayat, S., & Adila, F. (2019). *Makan di luar sebagai tren rekreasi keluarga masyarakat Sleman Yogyakarta*. Media Bina Ilmiah, 14(3), 2281.