

## DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2021). *Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia*. Kompas.Com.
- Alfathoni, M. A. M., Sya'dian, T., & Canavaro, F. (2025). Analisis Proses Kreatif Tahapan Pra Produksi Film Fiksi ATMA. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(8), 986–994. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i8.186>
- Auliansyah, M. R., & Prayogi, R. (2024). Perancangan Asset Motion Vector Sebagai Media Pendukung Pada Konten Audio Visual Bertema Kota Medan. *Senadimu*, 1(1), 107–122.
- Basri, W. (2020). Examining the impact of artificial intelligence (Ai)-assisted social media marketing on the performance of small and medium enterprises: Toward effective business management in the saudi arabian context. *International Journal of Computational Intelligence Systems*, 13(1), 142–152. <https://doi.org/10.2991/ijcis.d.200127.002>
- Chairina, P., Kusumastuti, R., & Rusfian, E. Z. (2022). Peningkatan Kemampuan Dalam Mengembangkan Model Bisnis Dan Optimalitasasi Media Sosial Melalui Pelatihan Model Bisnis Dan Promosi Bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 963–977.
- Dewi, G. S., & Wahyuni, I. I. (2020). Personal Branding Andy dan Victor Dalam Channel Youtube Jwestbros Sebagai A High Quality Food And Travel Content Maker. *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id*, 7(1), 1825–1840.
- Endaryati, E., & Subroto, V. K. (2021). Social Media Audit, a New Scope for Auditing. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 59–63. <https://doi.org/10.51903/jiab.v1i2.85>
- Erlistyarini, Y. (2018). PR ONLINE : STUDI TENTANG STRATEGI PUBLIC RELATIONS PADA KEGIATAN MEDIA ONLINE DI PEMERINTAH. *Jurnal Universitas Airlangga* 2018, 1–6.
- Febrian, M. S. (2023). Rancangan Pengembangan Konten Pemasaran Digital Oleh Boss Creator Promotor Pestapora untuk Meningkatkan Pengunjung Mancanegara. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 1(12).
- Febrina, K., & Tawaqal, R. S. (2026). Peran Kanal YouTube Tribun Jabar Dalam

- Mensosialisasikan UMKM Kuliner Jawa Barat. *Jurnal Netnografi Komunikasi (JNK)*, 4(2), 230–248.
- Ginting, S., & Rahmiaji, L. R. (2022). Representasi Standardisasi Kecantikan Wanita dalam Film “I Feel Pretty (2018).” *Interaksi Online*, 10(2).
- Haenlein, M., Huang, M. H., & Kaplan, A. (2022). Guest Editorial: Business Ethics in the Era of Artificial Intelligence. *Journal of Business Ethics*, 178(4), 867–869. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05060-x>
- Hapsari, M. I., & Alfraita, A. (2025). Strategi Cyber Public Relation dalam Membangun Reputasi Brand di Era Digital : Pendekatan Interaktif Melalui Media Sosial. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 791–805.
- Indonesia, B. (2022). Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional. In *Bank Indonesia Publishing*.
- Junaidi, M. (2024). *UMKM HEBAT, PEREKONOMIAN NASIONAL MENINGKAT*. Kemenkeu DJPB.
- Kartomo, T. K., & Bagus, A. (2025). Pengaruh Key Performance Indicators (Kpi) Terhadap Peningkatan Kompetensi Dan Kinerja Sdm Pada Lembaga Nirlaba SDI Tangerang Selatan. *Jurnal Pajak Dan Bisnis*, 6(2), 446–472. <https://doi.org/10.55336/jpb.v6i2.370>
- Komdigi. (2023). *Pemerintah Dorong Perempuan Pelaku UMKM Kembangkan Bisnis*. Komdigi.Go.Id.
- Kurniawan, F., Ningsih, A. K., & Komarudin, A. (2024). Sistem Rekomendasi Channel Youtube Resep Masakan Menggunakan Collaborative Filtering. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(4), 5849–5855. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i4.10107>
- Kusumajanti, K., Syarifuddin, S., Sanulita, H., & Gopur, G. (2025). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Paradigma Baru Bidang Ilmu Sosial* (1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lestarini, A. H. (2025). *Kemenko PM Jangkau 35% UMKM yang Belum Optimal Gunakan Teknologi*. Metrotvnews.Com.
- Liling, J. R., Lyawati, M., Lim, S., Lim, T., & Jiang, K. (2022). Pengaruh YouTube Vloggers terhadap Food Branding. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 107.

<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.20848>

- Maharani, A. J., & Setiawati, S. D. (2024). PENGGUNAAN STORYTELLING DALAM PEMASARAN DIGITAL PELAKU UKM PEREMPUAN. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(1), 167–186.
- Manda. (2023). *Hebat! 80 Persen Pelaku UMKM Didominasi Perempuan*. Sheradiofm.
- Mulyati, M., Choirunnisa, I., & Solahudin, P. (2024). Media Promosi Berbasis Video Pada Resto Gue BSD. *MAVIB Journal*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.33050/mavib.v5i1.2678>
- Nidarmawati. (2025). Dampak Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Pdb Dan Penyerapan Tenaga Kerja. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02(03), 22–27.
- Nurhidayanti, M. (2025). Pengaruh UMKM terhadap Stabilitas Ekonomi di Tengah Krisis Global. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 01(1), 22–29.
- Nursulis, M., & Mohamad, M. (2024). ANALISIS FUNGSI DAN PENTINGNYA LANDASAN TEORI DALAM PENULISAN KARYA ILMIAH. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(3), 28–35.
- Purwoko, H., Kamsariaty, K., Rubadi, R., Saksana, J. C., & Soehaditama, J. P. (2023). Key Performance Indicator: Concept, Implementation to Performance Management. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(8), 3261–3268. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i8.5282>
- Rahman, A. R., & Astriani, A. (2024). Audit Komunikasi Media Sosial Pandawara Group dalam Melakukan Kampanye Peduli Lingkungan Social Media Communication Audit of Pandawara Group in Conducting Environmental Care Campaign. *Jcommsci - Journal of Media and Communication Science*, 7(1), 7–18. <https://doi.org/10.1080/019722409032.....7>
- Rojas, C. (2020). *Public Relations and strategic communication*. Routledge.
- Syaputra, M. D. R., Andrijasa, M. F., & Nucahyono, D. (2025). Membuat Video Profile Pesona Loa Bakung Dengan Teknik Sinematografi. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(6), 9998–10006.

<https://doi.org/10.36040/jati.v9i6.15604>

Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170–182.

<https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>

Tasya. (2024). *Ekonom UGM Sampaikan Penyebab UMKM Sulit Berkembang*. Universitas Gadjah Mada.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social media marketing* (4th ed.). Sage Publication.

Umbrex. (2025). *Video Engagement raterate Analysis*. Umbrex.

Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>

Winata, A. D., Dharmawan, L., & Diadji, K. (2025). ANALISIS PROSES EDITING DALAM TAHAP PASCA PRODUKSI KONTEN DIGITAL DI PRODUCTION HOUSE BUKA PROJECT. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 235–246. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.38338>

Yula, A. M., & Nurrohman, R. (2025). ORKESTRASI DIGITAL MARKETING MELALUI SOCIAL MEDIA DI ERA DIGITAL TRANSFORMATION: SEBUAH UPAYA BERKELANJUTAN OLEH NF AKADEMI 1. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(7), 2989–2999. <https://doi.org/10.31604/jips.v12i7.2025.2989-2999> ©

Yulita, R., & Yusnidar, Y. (2025). Membangun Brand Identity Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital (Studi Kasus Insyira Oleh-Oleh Pekanbaru). *Jurnal Daya Saing*, 11(2), 519–525. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i2.2193>