DAFTAR PUSTAKA

Anand, A. (2023). Brand awareness. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, *5*(3).

Ardian, Z., Alfatir, F., Nisa, F., & Nurfebruary, N. S. (2023). Perancangan video wisata desa dan potensi unggulan di Desa Padang Sakti Lhokseumawe sebagai upaya peningkatan promosi desa. *Journal of Informatics and Computer Science*, *9*(2), 125-131.

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam, 1(2), 1-9.

Aryani, D. N., Hariadi, S., Tjahjani, F., Zuchroh, I., Lating, A., Murtiningtyas, T., ... & Utami, N. N. (2022). Penerapan video editing berbasis smartphone untuk mengakselerasi promosi produk unggulan Kampoeng Kajoetangan Heritage. *INSPIRASI: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *19*(1), 645-649.

Aurellio, A., & Flowerina, I. (2025). Penerapan teknik sinematografi dalam pembuatan video promosi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas. *DISP Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, *3*(1), 93–111.

Bandua, M. A., Topadang, A., & Syafrizal, A. (2024). Implementasi teknik audio pada pembuatan film pendek "Demi Cinta". *Jurnal Vokasi Teknik (JuVoTek)*, *2*(2), 165-179.

Cahyarani, I., & Santoso, S. (2022). Penerapan integrated marketing communication (IMC) dalam meningkatkan target penjualan pada brand toko online Jakjekstore di Jakarta Timur. *Pandita: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, *5*(1), 23–32.

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), es7.

Dimyati, M. (2018). Manajemen public relations dan reputasi organisasi. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 6(2), 173–185.

Farhan, M., Achmad, A., & Putri, C. E. (2025). Pemahaman Gen Z terhadap testimoni digital dalam storytelling Instagram. Jurnal Cyber PR, 5(2), 146–157.

Hanapi, R. D., & Ridanasti, E. (2025). Optimalization Strategy of Instagram Content to Increase Engagement in Building Brand Awareness at PT Citi Asia Internasional. *International Journal of Economics and Management Sciences*, *1*(1).

Haya, L., & Diniati, A. (2024). Social media content management on Instagram in the fashion industry. Jurnal ASPIKOM, 9(1), 29-44.

Ichsan, & Ali, A. (2020). Metode Pengumpulan Data Penelitian Musik Berbasis Observasi Auditif. Musikolastika: Jurnal Pertunjukan & Pendidikan Musik, 2(2), 85-93.

Kabelen, N. W., Habibi, A. R., Sapoetra, Y. A., & Hakim, L. (2025). Photography and videography training as branding media at SMKN 12 Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(1), 72–78.

Kavitha, K. (2024). Social media and social networking. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, *8*(3).

Lavender, D. A. C. (2022). Penerapan elemen STEPPS di Instagram Reels Moira Workshop. Prologia, 6(2), 425–431.

Liang, S., & Wolfe, J. (2022). Getting a Feel of Instagram Reels: The Effects of Posting Format on Online Engagement. Journal of Student Research, 11(4).

Muhyiddin, T. N., Abdurachman, A., SM, N. N. F., & Arifah, A. N. (2026). Pengaruh content marketing dan storytelling marketing di media sosial Instagram terhadap brand awareness perusahaan (Studi kasus pada Perkebunan Durian Aa Kadu). *Jurnal Simki Economic*, *9*(1), 204–215.

Nelfianti, F., Andriani, R., & Waru, A. P. D. T. (2024). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada konsumen restoran Jepang Shushi Tei di KI Jakarta).

Nura'idha, R., & Sukendro, G. G. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Brand Equity. Kiwari, 3(1), 59-68.

Pratiwi, A. B., Millah, N., & Alfiniyah, C. (2024). Konten Kreator sebagai Upaya Peningkatan Lulu pada Grande Garden Café. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi*, *2*(2), 33–39.

Prihandini, F., & Hadi, A. S. P. (2021). Pengaruh marketing public relations terhadap loyalitas pelanggan. Jurnal Riset Public Relations, 1(2), 57–70. https://doi.org/10.33558/jrpr.v1i2.2891

Qausya, A. A., & Bernadette, S. (2023). Strategic marketing public relations for brand elevation: A case study of the #JacquelleDisneyEdition campaign. Journal of Communication & Public Relations, 2(2), 80–102.

Rahmat, N. I., & Mohamad Ali, A. (2025). Genre analysis of covert marketing in Malaysian Instagram Reels. *Journal of Language and Communication*, *12*(2), 287–314.

Rahmawati, E., & Pratama, R. (2023). Strategi Marketing Public Relations melalui pemanfaatan media sosial bagi pelaku UMKM. Jurnal Komunikasi Nusantara, 5(1), 89–102.

Shadrina, A. N., Zaim, S. R., & Arimurti, F. (2023). Manajemen produksi film pendek Keling: Dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. *Jurnal Audiens*, *2*(2), 321–330.

Suhatta, A., & Haryono, C. G. (2025). Strategi Marketing di Instagram @MichiePudding dalam Meningkatkan Penjualan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, *5*(2), 1121-1130.

Tewu, D., Destine, D., & Gunawan, I. (2025). Analysis of Social Media User Growth and Its Implications for Digital Marketing Strategies in Indonesia 2024. International Journal of Management Studies and Social Science Research, 7(3), 236-245.

Winata, A. D., Dharmawan, L., & Kuntoro, D. (2025). Analisis proses editing dalam tahap pasca produksi konten digital di production house Buka Project. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *10*(4).

Zhang, H. (2024). The symbiosis of marketing and public relations. *Journal of Humanities, Arts and Social Science*, *8*(3), 788–792.