

## DAFTAR PUSTAKA

- Amini, Y. (2020). *Pemanfaatan Instagram sebagai Alat Promosi Komunitas ELF (Ever Lasting Friend) di Kota Pekanbaru*. 1–100. <https://repository.uir.ac.id/9370/>
- Artha, D. J. (2016). Pengaruh pemilihan tayangan televisi terhadap perkembangan sosialisasi anak. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(1).
- Ayu, Rahmawati, A. (2023). *Produksi Konten Media Sosial Instagram Loakin. Id Dalam Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2023* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Media Kreatif).
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *Video Promosi*. 2006, 2023. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/34278>
- Dense, A., & Hadi, A. S. P. (2021). Strategi Public Relations Chiki Twist dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Interaktif: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 13(2), 41-56.
- Dewi, Q. D., & Wideasanty, G. (2023). Pengaruh Digital Marketing Instagram Pada Public Relations Scarlett Whitening Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 2(2), 190-209.
- Duwila, U. (2015). Pengaruh Produksi Padi Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru. *Cita Ekonomika Jurnal Ekonomi*, IX(2), 149–158.
- Emidari, Y., & Harliantara, H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal JTV dalam Tahap Awal Pelaksanaan Analog Switch Off (ASO). *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi (JIKOMSI)*, 6(2), 45-54.
- Fitra, Nabila, N., & Winarti, O. (2023). Implementation of Digital Marketing and the Role of Content Creators on Social Media to Increase Brand Awareness of PT. Otak. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 136–146. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.322>
- Girianto, P. P. (2024). Peran Editor dalam Meningkatkan Kualitas Konten Digital di Media Sosial Instagram BPPSDMKP. *Tamilis Synex: Multidimensional Collaboration*, 2(03), 156-162.

<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz> (diakses pd 27 Februari 2024) 13.53 WIB

Indria Nishfu Nurlail, 2024. (n.d.). *Perancangan Video Reels Untuk Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pt. Groedu Limardi Indonesia-Universitas Dinamika.pdf*.

Istifaroh, H., & Rachmawati, I. (2022). Pengaruh pemasaran jejaring media sosial Instagram Digital Amoeba dan keterkaitan konsumen terhadap niat beli konsumen. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 1934–1940. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i4.2603>

Junaidi, J. (2019). Peran Media Pembelajaran Dalam Proses Belajar Mengajar. *Diklat Review : Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 3(1), 45–56. <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v3i1.349>

Kemur, V. G. C., & Huwae, G. N. (2022). Strategy Public Relations of PT Angkasa Pura I Increase Brand Awareness During the Covid-19 Pandemic. *Devotion: Journal of Research and Community Service*, 3(9), 802-819.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>

Pratama, D. Y., Iqbal, I. M., & Tarigan, N. A. (2019). 295628-Makna-Televisi-Bagi-Generasi-Z-75404670. 4(1), 88–103.

Purwa, IBG. (2022) Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan

Rahmana, E. C., Hidayat, D., & Artikel, I. (2024). Peran Public Relations Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Tiktok Shop. *Journal of Digital Communication and Design*, 7–15.

Syahidina, U., Koswara, I., & Aunillah, R. (2024). Penerapan Teknik Framing dalam Editing Video Feature. *Comit: Communication, Information and Technology Journal*, 2(2), 480-486.

Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39–55. <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>

Widjoyo, L. H. (2020). *LKP : Perancangan Media Promosi Orn Indonesia Berbentuk Video Dokumentasi Event Alter Shelter Sebagai Upaya*

*Meningkatkan Brand*  
<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3905/>

*Awareness.*

Wisata. (2019) Company Profile TVRI Jawa Tengah