

DAFTAR PUSTAKA

- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social Media Use in 2021. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/> diakses pada 12 April 2025
- BPS. (2024). *Jumlah Penduduk Kota Semarang*. Retrieved from <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html> diakses pada 2 Maret 2025
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2022). *Digital Marketing (8th ed.)*. Retrieved from https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292400990_A43165391/preview-9781292400990_A43165391.pdf diakses pada 12 April 2025
- Dewdney, A., & Ride, P. (2014). *The Digital Media Handbook*. Retrieved from <https://www.book2look.com/embed/9781135077150> diakses pada 13 April 2025
- Fauzi, A. (2024). 2.1.2 Perancangan Motion Graphic Sebagai Media Kampanye Sosial untuk Menggugah Kesadaran Literasi Digital Generasi Muda. Retrieved from <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/7767/2/20420100017-2024-UNIVERSITADINAMIKA.pdf> diakses pada 15 April 2025
- Irwansyah, & Shanaz, N. V. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Jurnalisme Warga Dan Implikasinya Terhadap Media Konvensional. doi:<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.257> diakses pada 12 April 2025
- Jha, A. (2021). *Peak Mind: Find Your Focus, Own Your Attention, Invest 12 Minutes a Day*. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=sQHiDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&ots=o4U_7L8Fil&sig=ykkP0d4oJ3Uz-jlGviWc9vWrrGo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false diakses pada 12 April 2025
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing Management, 15/E. Global Edition*. 2016. Retrieved from https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/S3D7W4_Marketing_Management.pdf diakses pada 12 April 2025
- Lee, M., Neeley, G., & Stewart, K. (2021). *The Practice of Government Public Relations*. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=tAwxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1935&ots=aDlMgzP4Q1&sig=rX_9G6HtwBwfu_AnZ8Wk5Dmg1gl&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false 13 April 2025

- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. doi:<https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39> diakses pada 17 April 2025
- Meifilina, A. (2021). INSTAGRAM REELS SEBAGAI MEDIA SELF DISCLOSURE MAHASISWA. Retrieved from [https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:hwbVjhHJqtQJ:scholar.google.com/+INSTAGRAM+REELS+SEBAGAI+MEDIA+SELF+DISCLOSURE+MAHASISWA+\(Studi+Pada+Mahasiswa+Ilmu+Komunikasi+Universitas+Islam+Balitar+Blitar\)&hl=id&as_sdt=0,5](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:hwbVjhHJqtQJ:scholar.google.com/+INSTAGRAM+REELS+SEBAGAI+MEDIA+SELF+DISCLOSURE+MAHASISWA+(Studi+Pada+Mahasiswa+Ilmu+Komunikasi+Universitas+Islam+Balitar+Blitar)&hl=id&as_sdt=0,5) diakses pada 17 April 2025
- Murre, J. M., & Dros, J. (2015). Replication and Analysis of Ebbinghaus' Forgetting Curve. *PLOS ONE*, 2015. Retrieved from <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0120644> diakses pada 5 Agustus 2025
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2024. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf diakses pada 12 April 2025
- Oktaviani, A. (2024). EFEKTIVITAS VIDEO ANIMASI DAN PENGGUNAANNYADALAM PEMBELAJARAN IPA SEKOLAH DASAR. Retrieved from https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:Tnktklxdur0J:scholar.google.com/+Efektivitas+Video+Animasi+dan+Penggunaannya+dalam+Pembelajaran+IPA.&hl=id&as_sdt=0,5 diakses pada 17 April 2023
- Profil dan program unggulan Diskominfo*. (2025). Dinas Komunikasi dan Informatika. Retrieved from <https://diskominfo.semarangkota.go.id/> diakses pada 2 Maret 2025
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=9U1K5LjUOWEC&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false diakses pada 4 Maret 2025
- Roshni, & Nattasha, R. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Brand Awareness Blu by BCADigital di Kalangan Mahasiswa Universitas Bunda Mulia. Retrieved from [https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:pyoNE4g41ZEJ:scholar.google.com/+2.1.3%09Pengaruh+Media+Sosial+Instagram+Terhadap+Brand+Awareness+Blu+by+BCA+Digital+di+Kalangan+Mahasiswa+Universitas+Bunda+Mulia&hl=id&as_sdt=0,5&scioq=Romli,+K.+\(2016](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:pyoNE4g41ZEJ:scholar.google.com/+2.1.3%09Pengaruh+Media+Sosial+Instagram+Terhadap+Brand+Awareness+Blu+by+BCA+Digital+di+Kalangan+Mahasiswa+Universitas+Bunda+Mulia&hl=id&as_sdt=0,5&scioq=Romli,+K.+(2016) diakses pada 15 April 2025
- Salsabila, A. L., & Rizki, M. (2022). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Bibir Wardah Cosmetics Melalui Konten Instagram Reels Campus Ambassador di Kalangan Mahasiswa. Retrieved from

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/88640360/141-libre.pdf?1657933577=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DStrategi_Promosi_dalam_Meningkatkan_Bran.pdf&Expires=1746273561&Signature=eWoTX~L8tqepQOFVelapHlb8~eRsQo2ts-McHSakluMwomTytQ7RIpUnjX diakses pada 15 April 2025

- Schradie, J., & Bekirsky, L. (2022). *The Digital Production Gap in the Algorithmic Era*. doi:<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780197510636.013.33> diakses pada 13 April 2025
- Scott, D. M. (2024). The New Rules Of Marketing and PR. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=7UsaEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=The+New+Rules+of+Marketing+and+PR:+How+to+Use+Social+Media,+Blogs,&ots=oiXxlyBfIZ&sig=nstgF6g1PB1_7T4IKVwF9N8MBZg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false diakses pada 12 April 2025
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method For Business; A Skill-Building Approach*. Retrieved from <https://digilib.stekom.ac.id/Ebook/View/Research-Methods-For-Business-A-Skill-Building-Approach> diakses pada 9 Mei 2025
- Siegel, D. (2018). *Aware: The Science and Practice of Presence*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/slideshow/dr-daniel-siegel/96647181> diakses pada 14 April 2025
- Stromback, J., & Kioussis, S. (2020). *Political Public Relations: Concepts, Principles, and Applications*. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=6GumDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2007&ots=orUQ-kbvIL&sig=3NVfUOTEa66dKHC7Ony_9bICSAw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false diakses pada 12 April 2025
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Retrieved from https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_35efe6a47227d6031a75569c2f3f39d44fe2db43_1652079047.pdf diakses pada 10 April 2025
- Suryani, I., Leliana, I., & Setiawan, Y. (2022). Instagram Reels as a Branding Medium. doi: <https://doi.org/10.30596/persepsi.v5i2.11551> diakses pada 11 Mei 2025
- Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program TV*. Retrieved from <https://www.scribd.com/document/349752859/Teknik-Produksi-Program-TV-Fred-Wibowo> diakses pada 11 Mei 2025
- Yusiatiel, Latief, R., Chandra, D. B., & Dian. (2024). MENDESAIN PROGRAM TELEVISI TALK SHOW SERIOUSDISCUSSION MENGGUNAKAN RUMUS CREATIVE EDUARD. Retrieved from

[https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:kxyqf0T8OcMJ:scholar.google.com/+Rusman,+Latief,+%26+Utud.+\(2017\).+Produksi+Program+Televisi.&hl=id&as_sdt=0,5&scioq=Romli,+K.+\(2016\).+Komunikasi+Massa.](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:kxyqf0T8OcMJ:scholar.google.com/+Rusman,+Latief,+%26+Utud.+(2017).+Produksi+Program+Televisi.&hl=id&as_sdt=0,5&scioq=Romli,+K.+(2016).+Komunikasi+Massa.) diakses pada 11 Mei 2025

Zebua, I., Waruwu, M. H., Harefa, I., & Mendrofa, S. A. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Dalam Mengurangi Resistensi Pegawai Pada Badan Pusat Statistik Kota Gunungsitoli. Retrieved from https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:2-JYiro4YYkJ:scholar.google.com/+Analisis+Strategi+Komunikasi+Dalam+Mengurangi+Resistensi+Pegawai+Pada+Badan+Pusat+Statistik+Kota+Gunungsitoli.+&hl=id&as_sdt=0,5 diakses pada 9 April 2025