

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024, 09 24). *Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia*. databoks.katadata.co.id. Retrieved Maret, 2025, from <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia#:~:text=Menurut%20survei%20APJII%2C%20pada%20awal,09%25>
- Aida, N. R., & Hardiyanto, S. (2021, June 24). *Mengenal Apa Itu Instagram Reels, Fitur Baru yang Disebut-sebut Mirip TikTok Halaman all*. Kompas.com. Retrieved April 17, 2025, from https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok?page=all#google_vignette
- Akbar, M. F., Evadiani, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Penerbit Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.
- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram : Fenomena Like dan Komentar. *Media Manajemen Jasa, Vol.9 No.2*.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Jurnal Fisip Untad KINESIK, Vol.9 No.2*, 178-180.
- APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. (2024, 02 07). apjii.or.id. Retrieved Maret, 2025, from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Buku Sebaran PPKS Jawa Tengah 2024*. (n.d.).
- Darmawan, A. D. (2024, 12 20). *Mayoritas Penduduk Kota Semarang pada 2024 Adalah Usia Produktif*. databoks.katadata.co.id. Retrieved Maret, 2025, from <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/d7e18540b90e878/mayoritas-penduduk-kota-semarang-pada-2024-adalah-usia-produktif#:~:text=Menuru>

t%20publikasi%20Badan%20Pusat%20Statistik,usia%20lebih%20dari%2060
%20tahun.&text=Jumlah%20penduduk%20di%20Kot

Fadilla, R. Z., Moenawar, M. G., Suparman, Muhammad, B., Firdaus, D., Manisya, N., & Awalina, S. P. (2024, Desember). Strategi Humas Kota Bandung Dalam Menyusun Content Pillar Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Bahasa, Volume 5 Nomor 4*, 580.

Faradila, S., Luqman, Y., & Gono, J. N. S. (2024, Januari). Manajemen Komunikasi Komunitas Satoe Atap Dalam Gerakan Sosial Pendidikan Anak Keluarga Pra Sejahtera. *Interaksi Online, Vol.12 No.1*.

Febriani, R., & Mustofa, A. A. (2024, Juni). Penggunaan Videografi Sebagai Alat Komunikasi Alternatif Dalam Penyampaian Informasi Publik. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI), Vol.4 No.1*, 170-175.

Hopperhq. (n.d.). hopperhq.com.

<https://www.hopperhq.com/social-media-marketing-glossary/engagement-rate/>

Kardini, N. L., Sudomo, A., Daengs, A., Sepriano, Arifin, Z., & Sallu, S. (2023). *Manajemen Public Relations*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Nuri, E. (2025, Januari 21). *Durasi Reels Instagram Jadi 3 Menit, Tak Mau Kalah Dengan TikTok*. narasi.tv. Retrieved April 22, 2025, from <https://narasi.tv/read/narasi-daily/durasi-reels-instagram-jadi-3-menit-tak-mau-kalah-dengan-tiktok>

Phlanx. (n.d.). phlanx.com. <https://phlanx.com/engagement-calculator>

Putri, C. N., Hardinata, A. P., & Rais, H. Z. (2023, Juni). Manajemen Produksi, Distribusi, dan Ekshibisi Film Pendek Yulia's First Love. *Jurnal Audiens, Volume 2 No.2*, 258-259.

Putri, R. D. O., Puspasari, V. H., & Simamora, Y. (2019, April). Jurnal Teknik. Analisis Faktor Penyebab, Akibat, dan Proses Contract Addendum Proyek Konstruksi Jalan di Kota Palangka Raya, *Volume 2 No.2*, 140.

- Rosyidah, R. (2024). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi dan Promosi dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, Volume 2, No. 7*.
- Rusydi, F. S., Wibawa, D., & Tresnawaty, B. (2021). Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Malam. *Jurnal Hubungan Masyarakat, Vol.6 No.2*.
- Sagiyanto, A., & Anwar, A. S. (2023, Oktober). Pemanfaatan Reels Instagram @Bakso JWR Untuk Meningkatkan Customer Engagement. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 4, No. 2*.
- Social Insider. (n.d.). socialinsider.io.
<https://www.socialinsider.io/free-tools/instagram-engagement-calculator>
- Supriadi, R. Z. (n.d.). Implementasi Teori AIDA Melalui Produksi Konten Di Yayasan Dampak Sosial Indonesia Sebagai Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Pengikut Pada Platform Tiktok @dampaksosial.id. *Undip Repository*.
- Wibowo, M. C. (2023). *Teknik Dasar Konten Videografi*. Yayasan Prima Agus Teknik & Universitas STEKOM.
- Wijayanti, C. D. (n.d.). Implementasi Strategi Public Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Engagement Rate Pada Instagram Desa Wisata Lerep. *Undip Repository*.
- Wuryanto, Y. N. (2024, Juni 05). *Definisi Engagement Rate: Kegunaan, Cara Mengukur, dan Tips Meningkatkan*. narasi.tv. Retrieved 04 16, 2025, from https://narasi.tv/read/narasi-daily/definisi-engagement-rate-kegunaan-cara-mengukur-dan-tips-meningkatkannya#google_vignette
- Zuhriyah, U. (2024, Juni 13). *Jam Upload Instagram yang Terbaik dan Efektif agar Viral*. Tirto.id. Retrieved April 22, 2025, from <https://tirto.id/kapan-jadwal-dan-jam-upload-konten-instagram-terbaik-gZtq>