

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkautsar, N. M. F., Sukriyatma, N. M., Aminuddin, N. D. A., & Fami, N. A. (2023). Pengaruh durasi terhadap retensi audiens dalam motion Graphic Wajib pajak non efektif. *JURNAL RISET RUMPUN SENI DESAIN DAN MEDIA*, 3(1), 30–41. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v3i1.2333>
- Arsyad, A. (2019). *Teknik Produksi Film dan Video*. Jakarta: Penerbit X.
- Docs. (n.d.).
- Evanne, L., & Nurambulani, N. (2019). PERANCANGAN VIDEO PROFILE DI NAYAKA JAPAN COURSE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI. *Jurnal Inovasi*, 11(2), 144–162. <https://doi.org/10.33557/jurnalinovasi.v11i2.697>
- Greisthy, M., Kusumawati, M., & Harsono, A.Y. (2024). Analisis Kepuasan Peserta Terhadap Aplikasi Mobile JKN Menggunakan Importance Performance Analysis di Kota Bandung. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*, 6(1), 1–15.
- Harsono, A.Y., Mareta Kusumawati, & Zinda Nihriroh, A. (2023). Evaluasi Efektivitas Penggunaan Aplikasi Mobile JKN dalam Pelayanan Kesehatan di Indonesia: Studi Kasus di Kota Bandung. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 12(1), 45–60.
- Haqu, R., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2019). *Teenagers' Entertainment Satisfaction in Watching Talk Show Program through Youtube*. *Jurnal The Messenger*, 11(1), 38. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v11i1.969> Retrieved from <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/969>
- Haqu, R. (2020). *Era baru televisi dalam pandangan konvergensi media*. *Jurnal Rekam*, 16(1). Retrieved from <https://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/view/3721/1788>
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, W. W. (2021). *Communication and Persuasion*. Yale University Press.
- <https://socialblade.com/instagram/user/eventeer.id>
- Instagram users in Indonesia - January 2024*. (2024, January 1). NapoleonCat. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>
- Journey PDA 2021*. (2022, August 18). Issuu.
- Katz, S. (2020). *Film Directing Shot by Shot: Visualizing from Concept to Screen*. Michael Wiese Productions.
- Haqu, R. (2020). *Era baru televisi dalam pandangan konvergensi media*. *Jurnal Rekam*, 16(1). Retrieved from <https://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/view/3721/1788>
- Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2020). Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities. *Marketing Science*, 39(1), 1-29.

- Kurniawan, R. A. D., & Romadhan, M. I. (2024). *Strategi komunikasi persuasif dalam produksi konten YouTube LAZNAS LMI*. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, 7(1), 78–89. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/4543>
- Kusumawati, M., Muhammadiyah Jember U., & Zinda Nihriroh A. (2024). Pengaruh Teknologi Terhadap Kualitas Pelayanan Kesehatan di Era Digital: Studi Kasus Aplikasi Mobile JKN. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 763–772.
- Luthfiyah, A., Prasetya, A.C., Ainiyah, M.U., Wulandari S.S., & Susanti S. (2024). Tren Penelitian Minat Wirausaha di Lingkungan Pendidikan dan Masyarakat Tahun 2019 - 2024: Systematic Literature Review. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 763–772.
- McGuire, W. J. (1969). *The Nature of Attitude and Attitude Change*. In Lindzey, G., & Aronson, E. (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (Vol. 3). Addison-Wesley.
- Muhammadiyah Jember U., Zinda Nihriroh A., Arifianto D., & Maryam Zakiyyah A.(2023). Analisis Kepuasan Peserta Terhadap Aplikasi Mobile JKN Menggunakan Importance Performance Analysis di Kota Bandung. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*, 6(1), 1–15.
- Muslimah, M. S., & Aesthetika, N. M. (2022). *Analisis komunikasi persuasif pada konten self-love di akun TikTok @ananzaprili*. Interaction: Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(2), 123–135. <https://journal.pubmedia.id/index.php/interaction/article/view/2879>
- Musrifah, N. (2021). Strategi IMC (Integrated Marketing Communication) Sebagai Survivor Bisnis Online Di Masa dan Pasca Pandemi. *Alamtara Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 148–160.
- Nugroho, A., & Muktaf, Z. (2015). *Strategi komunikasi pemasaran: Membangun brand yang kuat di era digital*. Pustaka Media.
- O'Keefe, D. J. (2020). *Persuasion: Theory and Research*. Sage Publications.
- PRODUKSI MEDIA PUBLIC RELATIONS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS STARTUP LEVEL UP AMOEBE (PT TELKOM INDONESIA) - Undip Repository*. (n.d.).
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (2018). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. In Dillard, J. P., & Pfau, M. (Eds.), *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice*. Sage Publications.
- Purwitasari, E., Althaf, M., & Umam, C. (2023). *Analisis framing komodifikasi kemiskinan dalam konten video pada akun @Baimpaula*. Jurnal Komunikasi, 15(1), 45–60. <https://jurnal.akmrtv.ac.id/jk/article/view/301>
- Putri, T. I. D. (2024, April 4). *STRATEGI KONTEN MARKETING INNOVATION DAY DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK - Dalam bentuk pengganti sidang - Rancangan Karya Akhir*. Open Library.

- Putri, T. I. D. (2024, April 4). *STRATEGI KONTEN MARKETING INNOVATION DAY DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK - Dalam bentuk pengganti sidang - Rancangan Karya Akhir*. Open Library.
- Suhadi, R., & Banowati R.A.(2024). Efektivitas Sistem Pelayanan Kesehatan Melalui Aplikasi Mobile JKN di Indonesia: Tinjauan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 12(1), 45–60.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12.
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DAN LOYALITAS MEREK PADA AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA*.