

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D., Noviandi, N., Akbar, H., & Putra, S. D. (2024). Pengujian beta aplikasi pembelajaran berbasis augmented reality untuk meningkatkan pengalaman belajar. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 26(1), 45-58.
- BPS Pagar Alam. (2023). *Badan Pusat Statistik Kota Pagar Alam Bps- Statistics Of Pagar Alam Municipality Kota Pagar Alam Dalam Angka*.
- Baqi, M. P. A., Sedayu, R., & Haryanto, A. R. (2023). Media Video Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Universitas Raharja. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, 4(1), 36–46.
- Cahyono, M. D., & Candrahutomo, H. R. (2023). *Pengembangan media video promosi untuk UMKM dengan pendekatan evaluasi multimedia*. *Jurnal Teknologi dan Pembelajaran Digital*, 5(2), 101–115.
- Dewi, M. K., & Anindita, P. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 4(1), 120–128.
- Dewi, W. A., & Fikriah, N. L. (2024). Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6, 1.
- Ernestivita, G., & Subagyo. (2020). Media Promosi Produk UMKM dengan Menggunakan EPIC Model. *Efektor*, 7(1), 1–14.
- Febrihan, A. D., & Khabibah, A. N. (2022). Pembuatan Video Iklan Produk Quequ.co Malang dengan Metode AIDA. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 145–152.
- Fitriani, D. A., & Hermawan, D. (2023). Media Video Marketing Sebagai Sarana Promosi Pada Rumah Makan Saung Kecapi. *MAVIB Journal*, 4(2), 69–78.
- Hasibuan, M., & Harahap, R. (2021). Pengembangan Multimedia Pembelajaran Interaktif Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). *Jurnal Teknologi dan Sistem Komputer*, 9(2), 45-52.
- Jacob, D. R. (2024). Live Streaming TikTok Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Skincare. *Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(2), 276–284.
- Jesselyn, E., & Sari, W. P. (2024). Analisis Regresi User Generated Content terhadap Brand Image Produk Skintific di Aplikasi TikTok Untuk Generasi Z. *Prologia*, 8(1), 184–193.
- Kurniawati, D., & Prasetya, A. (2023). Pengaruh Video Promosi terhadap Peningkatan Brand Awareness UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 5(2), 110–120.
- Lestari, A. N. (2023). Penerapan EPIC Model dalam Evaluasi Iklan Video Produk Kuliner Lokal di Media Sosial. *Jurnal Media Kreatif*, 9(2), 88–97.
- Lestari, K. S., Ramadhan, A., & Saputri, A. I. (2023). Media Video Marketing Sebagai Sarana Promosi Pada Rumah Makan Saung Kecapi. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, 4(2), 69–78.
- Liu, X., & Wang, Y. (2023). Influence of Short Video Content on

- Consumers' Purchase Intentions. *Journal of Digital Marketing Research*, 12(1), 55–70.
- Maharjan, S. (2021). Application of Slovin's formula in quantitative research: Sampling techniques and considerations. *Scholars' Journal*, 8(3), 112-119.
- Marliani. (2021). *Pengantar Media Video dan Komunikasi Visual*. Jakarta: Pustaka Media.
- Nurmalasari, R. A. (2024). Strategi Video Marketing Dalam Pemasaran Digital Produk UMKM di Era Digital. *JETCLC: Journal of Education Technology, Computer and Language Communication*, 5(1), 45–54.
- Pangestu, A. (2020). *Konsep dan Pengukuran Efektivitas dalam Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Pratama, A., & Lestari, M. D. (2023). Analisis Efektivitas Media Promosi Digital dalam Meningkatkan Engagement Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 11(1), 45–57.
- Purnama, D., & Wahyuni, N. (2023). Pemanfaatan Media Promosi Digital dalam Strategi Pemasaran Modern. *Jurnal Pemasaran Digital*, 8(2), 56–66.
- Putri, R. A., & Ningsih, R. (2023). Penerapan Media Video Edukasi untuk Meningkatkan Literasi Siswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dasar*, 9(1), 45–53.
- Putri, R. A., Ningsih, R., & Sutopo, L. (2023). Implementasi Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) dalam Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dasar*, 9(1), 45–53.
- Rahmawati, D., & Agusta, R. (2021). Efektivitas Iklan Digital Shopee 12.12 pada Platform YouTube Menggunakan Format TrueView In-Stream Skippable Ads. *Jurnal Media Digital dan Pemasaran*, 7(4), 210–220.
- Razak, M., Hamzah, M., & Andriani, S. (2021). Pengaruh Iklan GoFood terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Ridwan, S. S., & Sari, W. P. (2022). Analisis Proses Kreatif dalam Pembuatan Konten Interaktif di Media Sosial Instagram Majalah Sunday. *Prologia*, 6(2), 123–134.
- Sari, W. P., & Nugroho, A. (2023). Penerapan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) dalam Pembuatan Video Promosi Rumah Makan. *Jurnal Teknologi dan Informasi Multimedia*, 15(2), 45–57.
- Safitri, H., & Ramadhan, M. (2023). Pengembangan Media Promosi Menggunakan Metode MDLC pada Produk UMKM. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nusantara*, 9(2), 55–63.
- Salsabilla Ridwan, S., Purnama Sari, W., & Proses Kreatif dalam Pembuatan Konten, A. (2022). *Analisis Proses Kreatif dalam Pembuatan Konten Interaktif di Media Sosial Instagram Majalah Sunday*.
- Sukma, N., & Suyanto, S. (2023). Motif Menonton Video For Your Page TikTok dan Kepuasan Hiburan pada Siswa SMA PGRI Pekanbaru. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(3), 147–156.
- Sutrisman, A., Djusman, E., & Fajaryati, N. (2019). Perancangan Website

- Learning Multimedia Systems Menggunakan Metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle). *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, **22**(2), 145–152
- Suryani, I., & Rahmawati, D. (2023). Analisis Efektivitas Iklan Melalui Pendekatan EPIC Model pada Promosi Digital UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, **5**(1), 40–52.
- Wang, J., & Chen, L. (2023). Emotional and Cognitive Influences of Short Videos on Consumer Behavior. *Journal of Social Media Studies*, **14**(2), 98–112.
- Witte, N., Mazzotti, A., & Geißler, R. (2022). Snowball Sampling: A Review and Guidelines for Survey Research. *ResearchGate*.
- Ye, Z., Pan, Y., Xu, Y., & Mei, T. (2018). Understanding the Story in Video Advertisement. *arXiv preprint arXiv:1807.11122*.
- Yuliana, R., & Purnamasari, D. (2023). Implementasi Metode MDLC dalam Pembuatan Video Edukasi Interaktif untuk Remaja. *Jurnal Teknologi dan Informasi Multimedia*, **15**(1), 21–30.
- Zhang, L., Chen, H., & Li, M. (2022). The Effectiveness of Visual Digital Content in Mixed Reality Training on Online Purchase Intentions. *International Journal of Digital Media and Marketing*, **9**(3), 150–165.
- Zuhdi, M. (2023). *Pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis multimedia pada mata pelajaran IPA kelas V SD menggunakan MDLC* (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Negeri Yogyakarta.