

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, D. D., & Prasetyawati, Y. R. (2018). *Pengaruh konten dan gaya komunikasi di platform konsultasi berbasis.*
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., Aini, Q., Studi, P., Informasi, S., Islam, U., Syarif, N., & Jakarta, H. (2019). PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA ANALYTICS PADA INSTAGRAM DALAM PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1–11.
<https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember. *Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Geoffmax Arvi*, 18 (3) Sep, 379–391.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Armanto, R. (2022). *Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Penjualan Perumahan : Studi Empiris Penggunaan Iklan Facebook dan Instagram*. 3(1), 45–55.
- Brilianti, D. fitria, & Fauzi, A. Z. (2021). *Penerapan Metodeo Voice Over (vo) pada pembelajaran listening untuk meningkatkan kemandirian belajar mahasiswa saat pembelajaran daring.*
- Detak, P., Di, R., Vira, Y., Komunikasi, J. I., Dakwah, F., Ilmu, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2022). *Penggunaan teknik voice o66ver dalam program detak riau di rtv.*
- Erlyana, Y. (2021). *PELATIHAN FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI SECARA VIRTUAL DALAM PENINGKATAN KEMAMPUAN DIRI PADA PANDEMIC COVID-19*. 5(1).
- Frederica, T., & Oktavianti, R. (2023). *Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Pemasaran Perusahaan Properti*. 379–389.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). *STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) UNTUK BERSAING DI ERA PANDEMI*. 16, 32–41.
- Kajian, M., Wijana, T., Firmansyah, A., & Roysa, M. (2023). *Bentuk Disfemisme Pada Komentar Akun Instagram Mata Najwa*. 2(1), 15–25.
<https://doi.org/10.56916/ejip.v2i1.204>
- Lubis, Y., & Harlyan, G. D. (2023). *IMPLEMENTASI AUDIO MUSIK LATAR DAN VOICE OVER PADA*. 6(1), 26–41.

- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). *Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan*. 2(1), 1–9.
- Mulyansyah, G. T. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING BERBASIS SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER DI KAWASAN G-WALK SURABAYA*. 9(1), 1097–1103.
- Rina Febriani, A. A. M. (2024). *PENGUNAAN VIDEOGRAFI SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI ALTERNATIF DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI PUBLIK*. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*, 4(1), 169–176.
- Rinaldi, M., Studi, P., Fakultas, M., Komunikasi, D., Widyatama, U., Studi, P., Grafis, D., Desain, F., & Universitas, K. (2024). *(ANALYSIS OF THE APPLICATION OF CINEMATOGRAPHIC TECHNIQUES IN THE VIDEO*. 5, 62–73.
- Saputra, A. A. (2018). *Strategi diferensiasi pada perusahaan jasa pengiriman barang*.
- Shafira, N., Putri, S., & Gani, R. (2022). *Makna Voice Over dalam Pemberitaan Feature di Televisi*. 13–20.
- Susanto, D., & Izazi, Z. Z. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Media Sosial Marketing Pada Penjualan Properti di Brighton Real Estate*. 1(3), 69–74.
<https://jependimas.org/index.php/go/article/view/27>
- Sya, C., Misnawati, D., Studi, P., Komunikasi, I., & Darma, U. B. (2021). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @ YHOOPHII _ OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN*. 15(1), 54–61.
- Taan, H., Radji, D. L., & Rasjid, H. (2021). *SEIKO : Journal of Management & Business Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image Abstrak*. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Tarigan, A., & Noverin, D. T. (2024). *The Influence of Social Media Marketing and Brand Image on Intention to Purchase Residential Apartments*. 10(1), 81–96.
- Usmiati, E. (2023). *Produksi Konten Dakwah Pada Akun TikTok @risyad_bay*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74186>