

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, Cindy Mutia. 2023. "Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia". Dalam *Databoks.com* pada 28 November 2023. Diakses melalui tautan <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negaradengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia> pada 7 Februari 2024.
- Arini, Erika Kurnia. 2023. "Pengaruh Penggunaan *Influencer* Media Sosial dalam Pemasaran Film". Dalam *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, No. 8, Vol. 3, Hlm. 2110-2118.
- Cahyaningsih, N.P.R. and Yulianti, W., 2024. AIDA Model Communication Strategy On Capacity Digital Promotional Activities In Encouraging Purchasing Decisions. *Jurnal Mantik*, 7(4), pp.3949-3958.
- CNN Indonesia. 2022. "Film Superhero Lokal Dipandang Tidak Cukup Kuat di Indonesia". Dalam *CNN Indonesia* pada 30 Juni 2022. Diakses melalui tautan <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220630203251-220-815773/filmsuperhero-lokal-dipandang-tidak-cukup-kuat-di-indonesia> pada 26 Februari 2024.
- DoxaDigital. 2024. "Perbandingan Antara Platform Media Sosial Terpopuler". Dalam *DoxaDigital* pada 2 Februari 2024. Diakses melalui tautan <https://www.doxadigital.com/social-media/perbandingan-antara-platform-media-sosial-terpopuler/> pada 26 Juni 2024.
- Fadiyah, P. (Unikom). (2021). Bab 2 teori New Media. 23
- Habibi, Adam Ahmad, dkk. 2023. "Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Brand Awareness pada Madu Mabali". Dalam *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, Vol. 7, No. 6, Desember 2023.
- Hardjana, Agus M. 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hartono, Hermawan. 2020. "Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap *Brand Awareness Co.White*". Dalam *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 4, No. 6, Februari 2020.
- Hendiawan, Teddy. 2023. *Makna Keindonesiaan dalam Film-film Adaptasi*. Sleman: Deepublish.

- Hutchinson, Andrew. 2019. "Instagram Stories is Now Being Used by 500 Million People Daily". Dalam *Social Media Today* pada 31 Januari 2019. Diakses melalui tautan <https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-stories-is-now-being-used-by500-million-people-daily/547270/> pada 7 Februari 2024.
- Iam.id. 2024. "Review: Perbedaan Platform Media Sosial Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, dan Twitter". Dalam *IAM.ID* pada 2 Mei 2024. Diakses melalui tautan <https://iam.id/blog/Review:-Perbedaan-Platform-Media-Sosial-Facebook,-Instagram,-LinkedIn,-TikTok,-dan-Twitter> pada 26 Juni 2024.
- Ideoworks. 2021. "5 Contoh *Social Media Campaign* yang Berhasil Menarik Perhatian". Dalam *ideoworks.id* pada 22 November 2021. Diakses melalui tautan <https://ideoworks.id/5-contoh-social-media-campaign-yang-berhasil-menarikperhatian/> pada 26 Februari 2024.
- Imani, Rizky Putri. 2022. "Fenomena Pemasaran Konten Media Sosial, *Word of Mouth*, *Customer Experience*, dan Etnosentrisme terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Kopi Kenangan di DKI Jakarta". Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia: Tidak Diterbitkan.
- Javier, Faisal. 2023. "KKN di Desa Penari Film Indonesia Terlaris 2022 Sekaligus Sepanjang Masa". Dalam *tempo.co* pada 20 Januari 2023. Diakses melalui tautan <https://data.tempo.co/data/1602/kkn-di-desa-penari-film-indonesia-terlaris-2022sekaligus-sepanjang-masa> pada 20 Januari 2024.
- Jagoan.kancil. 22 Februari 2022. Diakses melalui tautan <https://www.instagram.com/p/CaR3qbtPPLv/> pada 26 Februari 2024.
- Lang, Kirsti. 2024. "Instagram Stories: The Complete Guide to Using IG Stories to Boost Engagement + Reach". Dalam *Buffer* pada 17 Januari 2024. Diakses melalui tautan <https://buffer.com/library/instagram-stories/> pada 26 Februari 2024.
- Kim, Carolyn Mae. 2016. *Social Media Campaign: Strategies for Public Relations and Marketing*. London: Routledge.
- Kawasaki, Guy, dan Peg Fitzpatrick. 2014. *The Art of Social Media: Power Tips for Power Users*. London: Penguin Publishing Group.

- Kotler, P., dan G. Zaltman. 1971. "Social Marketing: An Approach to Planned Social Change". Dalam *Journal of Marketing*, 35, Hlm. 3-12.
- Kotler, P., dan A. Andreasen. 2002. *Strategic Marketing for Non-Profit Organizations*. Prentice Hall.
- Kotler, P., dan E.L. Roberto. 1989. *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. New York: The Free Press Macmillan.
- Kushendrawan, Muhammad Fathurrahman. 2020. "Analisis Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Film (Studi Kasus: Film *Nanti Kita Cerita tentang Hari Ini*)". Makalah dan Kertas Kerja FISIP UI: Tidak Diterbitkan.
- Mulyono, Francisca dan Lisa Jolanda Catherine Polimpung. 2022. "Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness at *paperbab.hq*". Dalam *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol. 19, No. 2, Desember 2022.
- Nur, Emilsyah. 2021. "Peran Media Massa dalam Menghadapi Serbuan Media Online".  
 Dalam *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, Vol. 2, No. 1, hlm. 51-64.
- Nurrijal, Muhammad Ahsan. 2022. "Pevita Pearce Latihan Fisik untuk Sri Asih sampai Banjir Air Mata". Dalam *Detik.com* pada 7 September 2022. Diakses melalui tautan <https://hot.detik.com/movie/d-6277122/pevita-pearce-latihan-fisik-untuk-sri-asih-sampai-banjir-air-mata> pada 24 Juni 2024.
- Parker, Lukas, dan Linda Brennan. 2020. *Social Marketing and Advertising in the Age of Social Media*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Pratama, Kurnia Sandy, dkk. 2023. *Pentingnya Ilmu Komunikasi Pada Era 4.0: Bunga Rampai*. Bengkulu: Penerbit Berseri.
- Pulizzi, Joe. 2013. *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. New York: McGraw Hill Professional.
- Purnama, Natasha Christa, dkk. 2021. "Representasi Feminisme dalam Film *Enola Holmes*". Dalam *Jurnal e-Komunikasi*, Vol. 9, No. 2, hlm. 1-11.
- Purwanto. 2011. *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Refai, dkk. 2024. "Meningkatkan Efektivitas Keputusan Organisasi: Strategi Komunikasi di MA Muhammadiyah Metro". Dalam *Jurnal Program Studi Administrasi Pendidikan*, Vol. 4, No. 1, hlm. 85-96.

- Rostanti, Qommarria. 2023. "Sering Ramai, Mengapa Film Horor Disukai Orang Indonesia". Dalam *Republika.co.id* pada 14 Januari 2023. Diakses melalui tautan <https://ameera.republika.co.id/berita/rogkbp425/sering-ramai-mengapa-film-horordisukai-orang-indonesia> pada 20 Januari 2024.
- Santika, Erlina F. 2023. "10 Film Indonesia dengan Jumlah Penonton Terbanyak (2023)". Dalam *Databoks* pada 20 Desember 2023. Diakses melalui tautan <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/20/10-film-indonesia-terlarissepanjang-2023> pada 20 Januari 2024.
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Texas: Greenleaf Book Group Press.
- Sikula, Andrew E. 2017. *Komunikasi Bisnis*. Surakarta: Erlangga.
- Sukmaningrat, Ivan. 2019. "Kenali Para *Superhero* di Bumilangit Cinematic Universe". Dalam *Greenscene* pada 23 Januari 2019. Diakses melalui tautan <https://www.greenscene.co.id/2019/01/23/kenali-para-superhero-di-bumi-langit-cinematic-universe/> pada 24 Juni 2024.
- Syaukat, Rosidah, dan Ekky Imanjaya. 2011. "Film sebagai *Media Social Marketing*: Yasmin Ahmad Berjualan Ide Multikulturalisme". Dalam *Humaniora*, Vol. 2, No. 1, April 2011. Hlm. 634-642.
- Widyatama, Bastian. 2016. "Pentingnya Kuesioner untuk Penilaian dan Evaluasi Pembelajaran". Dalam *Duniadosen.com* pada 11 Maret 2016. Diakses melalui tautan <https://duniadosen.com/kompetensi-pedagogik-b1/> pada 24 Juni 2024.
- Yonatan, Agnes Z. 2023. "Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023". Dalam *Goodstats* pada 29 Mei 2023. Diakses melalui tautan <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/pengguna-instagramberdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz> pada 7 Februari 2024.
- Zarrella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. California: O'Reilly Media.