

DAFTAR PUSTAKA

- Alkodri, A. A., Fitriyani, F., Sarwindah, S., Marini, M., & Irawan, D. (2023). BEKAL KEMAMPUAN DASAR DAN STRATEGI UNTUK BIDANG MULTIMEDIA KESIAPAN KERJA DAN USAHA TINGKAT SMK. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (ABDIMAS) UNIVERSITAS BATURAJA*, 3(2), 39-46.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian. (Rev. Ed)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S., & Jabar, C. S. A. J. (2018). *EVALUASI PROGRAM PENDIDIKAN Pedoman Teoritis Praktis Bagi Mahasiswa dan Praktisi Pendidikan (Edisi Kedua)*. PT Bumi Aksara.
- Aziz, S. A., & Zulkefley, M. F. A. bin A. (2019). The Significance of Media in Literary Theory: Shaping The Future of Literary Criticism of Electronic Literature. *The Asian Conference on Education 2019 Official Conference Proceedings*.
- Babalola, O. S. (2022). Organizing, Planning and Developing Visual Style in Screen Directing during Pre-Production. *International Journal of Current Research in the Humanities*, 26(1), 349–376.
- Baskara, M. K., Belasunda, R., & Hendiawan, T. (2021). EDITING DENGAN ASPEK MONTASE DALAM PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MENGENAI PUSH PARENTING. *e-Proceeding of Art & Design*, 2227–2241.
- Bowen, C. J. (2018). *Grammar of the Shot (Fourth Edition)*. Routledge.
- Brown, B. (2021). *cinematography theory and practice for cinematographers and directors (Fourth Edition)*. Routledge.
- Buchner, J. (2018). How to create Educational Videos: From watching passively to learning actively. *Research and Education*, 12.
- Chen, Z. (2022). *Montage and Architecture: Based on Sergei Eisenstein's 5 Montage Techniques* [Politecnico di Milano].
- Christian, O. :, Sitorus, P., & Rohanasymbolon, B. (2019). PENERAPAN ANGLE CAMERA DALAM VIDEOGRAFI JURNALISTIK SEBAGAI PENYAMPAI BERITA DI METRO TV BIRO MEDAN. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 137–150.
- Claretta, D., Rachmawati, F., & Sukaesih, A. (2022). Communication Pattern Family and Adolescent Mental Health for Strawberry Generation. Dalam *International Journal of Science and Society (Vol. 4)*.

- Ding, Q. (2020). Analysis of Montage Application in Modern Stream of Consciousness Movie Editing. *Proceedings of the 4th International Conference on Art Studies: Science, Experience, Education (ICASSEE 2020)*, 469, 495–498.
- Frost, A. (2019, Maret 21). *15 Types of Video Content Every Marketer Should Know*. Uscreen. <https://www.uscreen.tv/blog/15-types-of-engaging-video-content-for-marketers/>. Diakses 30 Mei 2023.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). TREN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SELAMA PANDEMI DI INDONESIA. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Instagram. (t.t.). *Pusat Bantuan Reels Instagram*. 2023. Meta. https://id-id.facebook.com/help/instagram/270447560766967/?helpref=related_articles Diakses 7 Juli 2023.
- Instagram. (2020). *Introducing Instagram Reels*. Meta. <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>. Diakses 2 Mei 2023.
- Instagram. (2023a). *About Instagram*. Meta. <https://help.instagram.com/424737657584573>. Diakses 2 Mei 2023.
- Instagram. (2023b). *Instagram Feature*. Meta. <https://about.instagram.com/features>. Diakses 2 Mei 2023.
- Ivan, I. A., & Rachmawati, I. (2023). Strategi Marketing Public Relation melalui Media Online dalam Mempromosikan Produk Helipad.id. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(1).
- Jakarta, U. N. (2023). *UPT-LBK UNJ*. Universitas Negeri Jakarta. <https://upt-lbk.unj.ac.id/>. Diakses 18 Mei 2023.
- Kalengkongan, Y. B., Tulenan, V., & Paturusi, S. D. E. (2019). Rancang Bangun Game Action 3D Pengenalan Sejarah Perang Benteng Otanaha. *Teknik Informatika*, 14(2), 203–208.
- Kamp, S. (2022, Februari 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Kepios & We Are Social. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?rq=Indonesia>. Diakses 22 Mei 2023.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2020). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253.
- Kelly, R. (2023). *Prepping and Shooting Your Student Short Film*.

PERATURAN MENTERI RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI REPUBLIK INDONESIA NOMOR 44 TAHUN 2016 TENTANG ORGANISASI DAN TATA KERJA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA, Kemenristek-Dikti 1 (2016).

Khairani, M., Sutisna, & Suyanto, S. (2019). STUDI META-ANALISIS PENGARUH VIDEO PEMBELAJARAN TERHADAP HASIL BELAJAR PESERTA DIDIK. *Jurnal Biolokus*, 2(1), 158–166.

Khairunnisa, Akbar, Muh. R., Usanto, Ningtyas, S., Aziz, F., Sepriano, Rini, Dr. F., Hasanuddin, Putra, I. N. A. S., Adhicandra, I., Novita, R., Metra, R., & Junaidi, S. (2023). *Multimedia Teori dan Aplikasi dalam Dunia Pendidikan* (Efitra, Ed.; 1 ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Kosasih, D. N., & Yunanto, T. A. R. (2022). Kajian psychological capital pada filosofi hidup Suku Banjar “Waja Sampai Kaputing” pada Strawberry Generation. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 6(2), 402–413.

Luther, C., A. (1994). *Authoring Interactive Multimedia*. Boston: AP Professional. <https://archive.org/details/authoringinterac00luth>. Diakses 6 Februari 2023.

M. Ivan Mahdi. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022> . Diakses 21 Mei 2023.

Maryama, S., & Kusumawati, B. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Merek Provider Simpati. *Indonesian Management and Economics Journal (IMEJ)*, 1(1), 65-70.

Meifilina, A. (2021). INSTAGRAM REELS SEBAGAI MEDIA SELF DISCLOSURE MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar Blitar). *Widya Komunika*, 11(2), 43–57.

Mercado, G. (2022). *The Filmmaker’s Eye: Learning (and Breaking) the Rules of Cinematic Composition* (2nd Edition). Routledge.

Nikan, M. U., & Adnas, D. A. (2022). Perancangan dan Implementasi Video Media Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan di SMKN 2 Batam Menggunakan MDLC. *Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2, 297–311.

Roedavan, R., Pudjoatmodjo, B., & Sujana, A. P. (2022). MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE (MDLC). *Teknol. dan Inf.*

Sama, H., & Tofent. (2022). Perancangan dan Implementasi Video Profile di SMKN 2 Batam menggunakan Metode MDLC. *Prosiding National Conference for Community Service Project*, 4(1), 745–749.

Sari, A. D. (2021). PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN DENGAN MENGGUNAKAN FITUR “REELS INSTAGRAM” PADA PEMBELAJARAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional PBSI-IV*, 33–38.

Setyadi, R., & Ranggadara, I. (2020). Augmented reality using features accelerated segment test for property catalogue. *Telkomnika (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, 18(1), 140–147.

SHORT-FORM VIDEO VS. LONG-FORM VIDEO CONTENT: WHICH IS BETTER? (2022, Oktober 12). NG Production Films. <https://ngproductionfilms.com/short-form-video-vs-long-form-video-content-which-is-better/>. Diakses 5 Mei 2023.

Sugiyono. (2014). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN*. Alfabeta.

Sutopo, Ariesto Hadi. (2003). *Multimedia Interaktif Dengan Flash*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tsoy, D., Tirasawasdichai, T., & Ivanovich Kurpayanidi, K. (2021). Role of Social Media in Shaping Public Risk Perception during COVID-19 Pandemic: A Theoretical Review. *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE AND BUSINESS ADMINISTRATION*, 7(2), 35–41.

Wahyuni, N. L. P. I., Sudatha, I. G. W., & Jayanta, I. N. L. (2021). The Use of Tutorial Video in Learning Energy Sources. *International Journal of Elementary Education*, 5(3), 479–487.

Winters, P. (2022). *THE DOS AND DON'TS OF SUCCESSFUL FILMMAKING*.

Wulandari, D., Arcana, I. N., & Kuncoro, K. S. (2022). Pengembangan Instagram Reels Pembelajaran Pokok Bahasan Persamaan Garis Lurus untuk SMP. *Ilmiah Pendidikan Matematika*, 10(1), 1–14.

Xiang, W., Vimala, P., & Neo, T. K. (2022). A Critical Review on the Use of Montage Technique in Film and Television. *2nd International Conference on Creative Multimedia*, 232–238.

Yuanta, F. (2019). Pengembangan Media Video Pembelajaran Ilmu Pengentahuan Sosial pada Siswa Sekolah Dasar. *Desember*, 1(2), 91–100.

Yuvarani, P., & Saravanan, B. (2021). *The Power of Social Persuasion – Digital Marketing for Brands by The Consumers Using Instagram Reel During the Pandemic Period 2020-21*. 41–51.

Zariri Z, I. (2019). LEVEL ANGLE UNTUK MEMPERKUAT DRAMATIK DALAM SINEMATOGRAFI FILM “PEMBAWA PESAN.” *Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta*.