

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, R. ., & Indrawati, M. (2025). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian makanan di Grill Food Steak 1838 Jambi.
- Anggraeni, D. (2024). Efektivitas video interaktif dalam meningkatkan konversi pelanggan pada industri kuliner digital. *Jurnal Teknologi dan Media*, 10(1), 54–67.
- Aminah, N., & Wibowo, R. A. (2022). Strategi visual *branding* dalam promosi digital untuk generasi milenial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(2), 115–127.
- Baqi, M. A., Mayasari, & Rosmawati, M. F. (2024). Perancangan video sebagai media promosi pada Restoran Gubug Makan Mang Engking. *MAVIB Journal*, 5(1), 118–128.
- Hidayat, M., & Prasetyo, A. (2022). Pengaruh *storyboard* terstruktur dan identitas visual terhadap efektivitas media promosi *motion graphic*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nusantara*, 9(1), 21–34.
- Inda Herlisa, Syarifudin, A., & Hamandia, M. R. (2025). Pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media promosi bisnis kuliner di Palembang (Studi akun @warungsedep\_palembang). *CONVERSE: Journal Communication Science*, 1(4), 1–15.
- Judijanto, L., Salfin, S., & Priyana, Y. (2025). Evolusi strategi pemasaran video pendek dalam industri kreatif: Perspektif bibliometrik.
- Kamaruddin, H., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Ramadhan, S. C. (2023). Komunikasi di era digital: Analisis media konvensional vs new media pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2021.
- Kristia, S. E., & Harti, H. (2021). Pengembangan media promosi berbasis aplikasi *Tiktok* untuk meningkatkan minat beli produk UKM DM-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1428–1438.
- Laksono, A. H., et al. (2024). Pengaruh konten video kuliner di media interaktif terhadap minat mahasiswa generasi Z pada kuliner Nusantara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 46032–46038.
- Munir. (2015). *Multimedia: Konsep dan aplikasi dalam pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Nielsen Norman Group. (2020). Response times: The 3 important limits.
- Octavia, Y. F. (2022). Pengaruh promosi media sosial terhadap minat beli konsumen kuliner Ayam Square.
- Pangestu, A., & Rahmasari, E. A. (2022). Perancangan *motion graphic* sebagai media sosialisasi program Indonesia Digital Tribe (IDT). *Jurnal Citrakara*, 4(2), 278–293.
- Pangestu, R. A., Hamidah, S. N., & Sofi, S. L. (2023). Efektivitas penggunaan media sosial dalam pemasaran bagi generasi Z. *Jurnal Al-Kaff*, Universitas Djuanda.
- Puspita, et al. (2025). Kelayakan multimedia interaktif dengan *Adobe Animate CC* pada materi pencernaan makanan. *Bioscientist: Jurnal Ilmiah Biologi*, 13(1).
- Putra, Y. D., & Sari, K. W. (2021). Analisis kinerja media interaktif pada platform digital kuliner. *Jurnal Sistem Informasi dan Multimedia*, 7(2), 89–98.
- Rahmadani, L., Arifin, M., & Yusra, R. (2023). Efektivitas penggunaan *motion graphic* sebagai media promosi digital usaha mikro. *Jurnal Komunikasi Visual Indonesia*, 11(3), 102–114.

- Rahmawati, D. (2022). Kualitas frame rate dalam desain animasi promosi dan pengaruhnya terhadap user experience. *Jurnal Rupa dan Media*, 14(1), 33–45.
- Rahmi, S. S., & Muchlis, F. R. (2023). Pengaruh media sosial terhadap efektivitas kampanye sosialisasi kesehatan di era digital. *Jurnal Dialogika*, 2(1).
- Rizal, H. (2020). Pembuatan video interaktif sebagai media promosi Resto Saung Sunda. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(1), 45–52.
- Sahputra, A., & Lubis, D. S. (2023). Perancangan dan pembuatan iklan video sebagai media promosi pada usaha Qorigins Betta.
- Sanjaya, W. (2024). Pemanfaatan *motion graphic* dalam mendukung penyampaian pesan game show edukasi “Clash Of Champions”. *Jurnal Visualita*.
- Sari, D. P., & Nugroho, A. P. (2021). Strategi digitalisasi promosi usaha kuliner di era teknologi informasi. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*, 5(1), 45–57.
- Sari, E., Handayani, N., & Basuki, H. (2023). Pentingnya unsur budaya lokal dalam peningkatan *engagement* media promosi digital. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 6(2), 70–81.
- Wirayanti, L. P. L. K. (2024). Digital marketing: Penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial *Instagram* dalam meningkatkan penjualan produk Kasyaraa.Co.
- Xiong, J., Acemyan, C. Z., & Kortum, P. (2020). SUSapp: A Free Mobile Application That Makes the System Usability Scale (SUS) Easier to Administer. *Journal of Usability Studies*, Vol. 15, No. 3, 135–144.
- Yuliana, D., & Prasetyo, A. (2021). Visualisasi data produk kuliner melalui *motion graphic*. *Jurnal Media Interaktif*, 6(1), 88–97.