

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Tyrza. 2022. “Modifikasi Multimedia Development Lifecycle Dan Proses Produksi Video Dalam Pembuatan Perangkat Multimedia Untuk Film Dokumenter : ‘ Krupuk Amplang Balikpapan ’” 3 (2): 70–82.
- Anugerah, Putera Patria, David Rizar Nugroho, Ika Yuliasari, Sekolah Vokasi, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan, Fakultas Ilmu Komunikasi, and Universitas Jayabaya. 2025. “Produksi Video Promosi Jenis-Jenis Layanan Jasa BBSPJIA Kemenperin Berbasis Artificial Intelligence Di Akun YouTube Production of Promotional Videos for BBSPJIA Kemenperin Service Types Based on Artificial Intelligence on the YouTube Channel @ Tibbia9891” 6 (2): 846–57.
- Azmi, Lailiyatun Nuril, and Muh Ariffudin Islam. 2024. “PERANCANGAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PENGELOLAAN INFORMASI MAJAPAHIT (PIM)” 5 (2): 275–85.
- Daffa, Raden, Naridza Robiana, and Dadan Anugrah. 2023. “Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi Dan Publikasi” 7:223–44. <https://doi.org/10.15575/reputation.vxix.xxxx>.
- Fahlevvi, Mohammad Rezza, and Zahra Aqilah Dytihana. 2025. “Pemanfaatan Teknologi Dalam Peningkatan Pelayanan Publik Di Daerah Pesisir Cirebon : Studi Kasus Di Sektor Administrasi

Dan Layanan Publik Pelayanan Publik , Wilayah Pesisir Seperti Cirebon Menghadapi Sejumlah Tantangan Yang Teknologi , Infrastruktur Digital , Dan Kesenjangan Keterampilan Digital (Dimas & Fahlevvi ,”

Jispendiora, Jurnal, Vol No, Ainaya Nazilatul, Fathinia Muqoffa, and Novinda Serikandi. 2022. “MANFAAT SOSIAL MEDIA DALAM E-GOVERNMENT DI INDONESIA” 1 (3).

Pontianak, Politeknik Negeri. n.d. “Urgensi Penerapan E – Government Dalam Pelayanan Publik,” no. 1.

Rosyidah, Rifaa. 2024. “Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi Dan Promosi Dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulan” 2 (7): 2528–34.

Thifalia, Naurah, and Santi Susanti. 2021. “PRODUKSI KONTEN VISUAL DAN AUDIOVISUAL MEDIA SOSIAL” 5.

Wulan, Damar, Eki Saputra, Medyantiwi Rahmawita, and Arif Marsal. 2024. “Analysis of User Experience of the CapCut Application in Generation Z for Social Media Content Using the User Experience Questionnaire Method” 11 (3): 721–32.
<https://doi.org/10.15294/sji.v11i3.7543>.

