DAFTAR PUSTAKA

Ac Nielson. (2003). Epic (Emphaty, Persuasive, Impact, Communication).

Alatas, S. L., & Tabrani, M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Credibility. Dalam Jmi (Vol. 9). Diambil Dari Http://Www.Jurnal.Unsyiah.Ac.Id/Jinoman

A'lawiyyah, I., Wibisono, N., & Hardiyanto, N. (2021). Proyek Perancangan Video Promosi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness Kreuz Bike Indonesia Di Instagram.

Amrita, N. D. A., Mandiyasa, I. K. S., Suryawan, T. G. A. W. K., Handayani, M. M., Nugroho, M. A., Puspitarini, E. W., … Judijanto, L. (2024). Digital Marketing: Teori, Implementasi Dan Masa Depan Digital Marketing (Efitra, Ed.). Pt. Green Pustaka Indonesia.

Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "Om-Jek" (Vol. 7). Desember Hal.

Aprillia, M., & Oesman P, Maya A. (2022). Strategi Promosi Melalui Instagram Donat Bahagia Dengan Memanfaatkan Fitur Reels. Bandung Conference Series: Public Relations, 2. Https://Doi.Org/10.29313/Bcspr.V2i1.1357

Arifin, M., Herli, M., & Hafidhah. (2020). Peran Media Sosial Dalam Menunjang Kinerja Dan Popularitas Institusi Pendidikan Tinggi. Jurnal Serambi Ilmu Journal Of Scientific Information And Educational Creatifity, 21. Diambil Dari Https://Ojs.Serambimekkah.Ac.Id/Serambi-Ilmu/Article/View/1786/1531

Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. Dalam Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Stie Wiya Wiwaha (Vol. 2). Diambil Dari Https://Jurnal.Stieww.Ac.Id/Index.Php/Jrabi/Article/View/479

Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_Ta Di Masa Pandemi. 1.

Azizah, N., & Umboro, D. (2025). Penerapan Pengambilan Gambar Pada Video Promosi (Short) Kegiatan Universitas Bina Darma Palembang. 4.

Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Kabupaten/Kota Dan Jenis Kendaraan Di Provinsi Sulawesi Selatan.

Chandra, W., Anggraini, D., & Hutabarat, F. A. M. (2022). Epic Model: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Medan Pada Masa New Normal. Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas), 4, 716–724.

Damianus, E., & Saeni, A. A. (2024). Menggali Potensi Digital Untuk Meningkatkan Popularitas Wisata Alam Biseang Labboro Exploring Digital Potential To Enhance The Popularity Of Biseang Labboro Nature Tourism. Jurnal Administrasi Terapan, 2.

Degey. (2016). Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab.Nabire (Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda,Olah Raga, Dan Pariwisatanabire).

Destiwati, R., Esfandari, D. A., & Menzelthe, C. (2025). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Dalam Upaya Promosi Dan Pembelajaran Pada Pondok Pesantren Jaisyul Qur'an. Dalam Kridacendekia (Vol. 3).

Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif Dan Inovatif Pada Era Digital.

Gaikindo. (2024). Mobil Lcgc Berpotensi Jadi Penopang Penjualan Mobil Nasional. Diambil 10 Maret 2025, Dari Https://Www.Gaikindo.Or.Id/Mobil-Lcgc-Berpotensi-Jadi-Penopang-Penjualan-Mobil-Nasional/

Grab Indonesia. (2023, April 12). Grab Indonesia – Ingin Belajar Mengendarai Mobil? Ini Biaya Kursus Mobil & Tips Memilih Tempat Kursus Yang Aman. Diambil 16 Maret 2025, Dari Https://Www.Grab.Com/Id/Blog/Driver/Grab-Indonesia-Ingin-Belajar-Mengendarai-Mobil-Ini-Biaya-Kursus-Mobil-Tips-Memilih-Tempat-Kursus-Yang-Aman/

Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. 15. Diambil Dari Http://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/Magister-Manajemen/

Hartanto, E. A., & Tumimomor, A. Y. M. (2024). Strategi Kreatif Menarik Wisatawan Dengan Visualisasi Potensi Desa Wisata Melalui Video Promosi. Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi.

Hidayat, W., Mahmuriyah, R., & Safitri, S. N. R. (2016). Media Visual Berbentuk Katalog Produk Sebagai Media Promosi. Dalam Agustus (Vol. 2).

Ibrahim, M. R., & Kuswanto, H. (2022). Perancangan Aplikasi Pelayanan Kursus Mengemudi Menggunakan Metode Waterfall Pada Lpk/Lkp Indera Magelang Berbasis Web. Jika (Jurnal Informatika), 6, 242.

Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. Jurnal Economina, 2, 1970–1978.

Irdewanti, E., Setianti, Y., Raya, J., Sumedang, B., 21, K. M., Jatinangor, K., … Barat, J. (2023). Strategi Content Marketing Suara Telfon Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Content Marketing Avoskin Di Instagram @Suaratelfon). Jurnal Common |, 7, 2023.

Juliwardi, I., Arisna, P., & Ningsih, L. (2023). Efektivitas Video Promosi Prodi Ekp Utu Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dan Website Dengan Pendekatan Epic Model I N F O A R T I K E L. Dalam Jurnal Of Management Science And Bussines Review (Jmsbr) (Vol. 1).

Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). Marketing Management. Pearson Education Limited.

Kurnia, E., Daulay, R., & Aisha, N. (2022). Analisis Efektivitas Promosi Media Sosial Dengan Menggunakan Metode Epic Model Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kota Medan. Dalam Balance (Vol. 1). Diambil Dari Www.Medantalk.Com

Kursusmengemudi.Id. (2025). “Kursus Mengemudi Hadir Di Kota – Kota Besar Seluruh Indonesia!”. Diambil 15 Maret 2025, Dari Https://Kursusmengemudi.Id/Tentang-Kami/

Kusuma S, W. (2024). Peningkatan Mutu Diklat Mengemudi Dalam Menghadapi Tantangan Masa Kini Dan Masa Depan. Diambil 10 Maret 2025, Dari Https://Ip2i.Or.Id/Tantangan-Sekolah-Mengemudi-Di-Masa-Datang/

Lady, Golan, Michelle, Cecilia, Safero, B., Hernandez, L., & Jacky. (2023). Implementasi Digital Marketing Dan Customer Relationship Management Pada Umkm 2u Collection. Jurnal Mirai Management, 8, 53–63.

Lintang, I. (2024). 10 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia 2024. Diambil 9 Maret 2025, Dari Https://Www.Inilah.Com/Data-Pengguna-Media-Sosial-Indonesia

Mathory, E. A. S., & Syahna. (2022). Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark. Dalam Journal Of Business Administration Economic & Entrepreneurship (Vol. 4).

M.Luqvi Wahyudi, & Defrizal Saputra. (2024). Promosi Barbershop “Barageh Cuts” Kota Padang. Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media, 3, 204–209.

Mulyana, M. (2019). Strategi-Promosi-Dan-Komunikasi.

Mulyansyah, G. T. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn, 9.

Noor, Z. Z. (2016). Manajemen Pemasaran Stratejik. Deepublish.

Nurfadilla, A., Rosita, M., Dewi, N. T., & Suyatna, R. G. (2023). Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah, 2, 01–05.

Pamungkas, A. (2022). Narasi Dan Representasi Kearifan Lokal Dalam Video Promosi Pariwisata The Heartbeat Of Toba. 08. Diambil Dari Http://Publikasi.Dinus.Ac.Id/Index.Php/Andharupa/Index

Pamungkas, H. R. (2016, November 21). “Menyetir Laba Lewat Kursus Mengemudi Real Driving Center (Rdc). Diambil 15 Maret 2025, Dari Https://Www.Franchiseglobal.Com/Menyetir-Laba-Lewat-Kursus-Mengemudi-Real-Driving-Center-Rdc.Phtml

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). Dalam

Jurnal Common | (Vol. 3). Diambil Dari Https://Ojs.Unikom.Ac.Id/Index.Php/Common/Article/View/1950/1307

Putri, F., & Achsania Hendratmi. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention Fashion Muslim. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, 9, 672–680.

Rafsanjani, M., Savitri, C., & Fadilla, S. P. (2024). The Effect Of Marketing Content And Brand Image On Interest To Buy Uniqlo Products On Instagram (Study On 2019 Batch Management Students At Buana Perjuangan University). Journal Of Economic, Business And Accounting, 7.

Riana, Waruwu, & Harefa. (2022). Pengembangan Video Pembelajaran Bahasa Indonesia Berbasis Meningful Instructional Design (Mid) Pada Materi Menganalisis Isi Drama Kelas Xi Sma Negeri 1 Gido Tahun Pembelajaran 2021/2022.

Saniati, Assuja, M. A., Neneng, Puspaningrum, A. S., & Sari, D. R. (2022). Implementasi E-Tourism Sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. International Journal Of Community Service Learning, 6, 203–212.

Saputra Framuditya Bagas, Syalsabila Amyra, Fadhillah Yurni, & Firmansyah Ricky. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum, 1, 66–77.

Sarbani, Y. A., & Lestari, I. (2022). Strategi Promosi Universitas Swasta Melalui Instagram Pengamatan Terhadap Akun Instagram Resmi 6 Universitas Swasta Unggulan Di Jawa Timur. Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul, 10, 150–165.

Sari, C. M., Aini, K. N., Syanturi, H. T., Pertiwi, A. M., Sholekah, A. W., Azzulva, A., … Anam, C. (2024). Pendampingan Umkm Candaria Dalam Branding Korespondensi: Pendampingan Umkm Candaria Dalam Branding Dan Promosi Produk Olahan Nanas Melalui Media Sosial. 2. Diambil Dari Https://Jurnalfebi.Iainkediri.Ac.Id/Index.Php/Welfare

Sari, R. J., Pracintya, I. A. E., & Aditya, I. W. P. (2024). Optimalisasi Pemanfaatan Video Sebagai Alat Promosi Untuk Meningkatkan Popularitas Desa Wisata Bakas, Klungkung. 3, 79–85.

Satrio, D., & Asri, L. (2023). Analisis Empathy, Persuation, Impact Dan Communication.

Senjaya, M. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Perilaku Konsumen. Diambil Dari Https://Jurnal.Stieyasaanggana.Ac.Id/Index.Php/Yasaanggana/Article/View/71/43

Shulton, W., Syafi'i, A. S., & Khabibah, U. (2022). Pengembangan Media Promosi Dengan Pembuatan Video Iklan Di Instagram Utuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Starwash Shoe Malang.

Sihombing, N. S., Pardede, Erwin, Sihombing, A., & Dewantara. (2022). Pemasaran Digital (M. R. Naim, Ed.). Penerbit Cv Pena Persada .

Siregar, A. I. (2024). Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital: Kajian Konseptual. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 24, 2921.

Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). Strategi Pemasaran (I. Rahmat, Ed.). Penerbit Telektual Karya Nusantara.

Suryati, E. S., Wahyudin, Nurdahlia, & Agustina. (2025). Pengaruh Edukasi Multimedia Terhadap Peningkatan Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Remaja Dalam Pencegahan Penyakit Diabetes Melitus Di Kecamatan Cakung Jakarta Timur. Jurnal Kedokteran Stm (Sains Dan Teknologi Medik), 8, 215–223.

Tasruddin, R. (2015, Desember). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif.

Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat (B. Kurniawan & S. Fatimah, Ed.). Cv Multi Pustaka Utama.

Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). Fungsi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung Di Kota Manado Oleh. Dalam Acta Diurna.

Waluyo, T. (2020, Februari 29). Sekolah Mengemudi Ternyata Memiliki Peranan Penting Di Mata Polisi. Diambil 25 Februari 2025, Dari Https://Www.Gridoto.Com/Read/222044826/Sekolah-Mengemudi-Ternyata-Memiliki-Peranan-Penting-Di-Mata-Polisi-Begini-Alasannya

Wiratna, H., & Lakoro, R. (2017). Perancangan Video Promosi Wisata Pantai. Diambil Dari Https://Ejurnal.Its.Ac.Id/Index.Php/Sains_Seni/Article/Viewfile/27892/4605

Yonathan, A. Z. (2024, Oktober 12). Kenapa Kendaraan Pribadi Lebih Digemari Dibanding Transportasi Umum? Diambil 10 Maret 2025, Dari Https://Goodstats.Id/Article/Kenapa-Kendaraan-Pribadi-Lebih-Digemari-Dibanding-Transportasi-Umum-Rjj7w