

Administrator Portal Informasi Indonesia. (2018, November 12). *Yogyakarta Kota Gudeg*.

Laman Resmi Republik Indonesia • Portal Informasi Indonesia. Retrieved from

<https://indonesia.go.id/ragam/kuliner/ekonomi/yogyakarta-kota-gudeg>

Alexandro, R., H, F. H., & Uda, T. (2022, April 25). TikTok analysis as a learning media and activism instrument. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 55(1), 211–221.

<http://dx.doi.org/10.23887/jpp.v55i1.44862>

Alexandro, R., H, F. H., & Uda, T. (2022, April 25). TikTok analysis as a learning media and activism instrument. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 55(1), 211–221.

<http://dx.doi.org/10.23887/jpp.v55i1.44862>

Angendari, D. A. D. (2021). Adopsi teknologi informasi dan komunikasi oleh perempuan (Studi pada pengguna peer to peer lending berbasis teknologi finansial). In Rahayu (Ed.), *Perempuan dan literasi digital: antara problem hambatan dan arah pemberdayaan* (pp. 199-219). UGM Press.

APJII. (2018). Penetrasi dan profil pengguna internet Indonesia. <https://apjii.or.id/survei2018>

Atmojo & Suparmo, P. (2016). Penerapan strategi pemasaran ayam ingkung di kawasan usaha pajangan Bantul. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga*. 11-19.

Ayu, D. (2022, June 10). *5 Alasan Yogyakarta Dijuluki Kota Pelajar, Bikin Kagum!* IDN

Times. Retrieved from

<https://jogja.idntimes.com/life/education/dyar-ayu/alasan-yogyakarta-dijuluki-kota-pelajar-exp-c1c2#:~:text=Alasan%20Yogyakarta%20dijuluki%20sebagai%20kota,tersebar%20di%205%20kabupaten%2Fkota>

Chevalier, J. M., & Buckles, D. (2013). *Participatory Action Research: Theory and Methods for Engaged Inquiry*. Routledge.

*for Engaged Inquiry*. Routledge.

Detik Inet. (2020, November 2). *5 Fakta Kaskus, Salah Satunya Didirikan Modal Rp 30*

*Ribu*. detikinet.

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5237975/5-fakta-kaskus-salah-satunya-didirikan-modal-rp-30-ribu>

Dewi, S. T. (2018, April 25). *Digital Marketing Video: Pemasaran Efektif untuk UKM dengan Format Video Marketing*. GoUKM.id.

<https://goukm.id/digital-marketing-video-untuk-ukm/>

Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah D.I Yogyakarta. (2018, March 1). *Sejarah Singkat daerah istimewa Yogyakarta*. Berita DPAD Yogyakarta. Retrieved from

<http://dpad.jogjapro.go.id/article/news/vieww/sejarah-singkat-daerah-istimewa-yogyakarta-1482>

Evani, F. S. (2020, July 14). Dampak Covid-19, Pendapatan UMKM di DIY Turun 80%. *Berita Satu*.

<https://www.beritasatu.com/nasional/655435/dampak-covid19-pendapatan-umkm-di-diy-turun-80>

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018, December). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi

Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD:*

*Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2).

<http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>

Gargallo-Castel, A., Esteban-Salvador, L., & Perez Sanz, J. (2010). Impact of gender in adopting and using ICTs in Spain. *Journal of technology management & innovation*, 5(3), 120-128.

*Unsamped*. Influencer Marketing Hub. Retrieved March 20, 2022, from

<https://influencermarketinghub.com/what-is-tiktok/#toc-0>

Ginee. (2021, November 9). Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan

Mengelegar! *Ginee*. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

GoodStats. (2022, June 21). *Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di*

*Indonesia 2022*. GoodStats.

<https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>

Hapsari Widya. (2020). *Nama-nama dalam sesajen tradisi masyarakat kalang desa lumansari, kabupaten kendal* (thesis).

Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner di D.I. Yogyakarta. *Prosiding PTBB 2020*, 15.

Hatibie, I. K., & Priambodo, T. K. (2020). Nilai historis pada makanan tradisional tiliaya dalam konteks kebudayaan Gorontalo. *TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 29-42. <https://journal.umgo.ac.id/index.php/Tulip/article/download/575/321>

Hidayat, N. K., & Tobing, R. (2012). Enhancing netizen as a digital marketing activity toward strategic branding: A case study of “XYZ” brand. *The WINNERS*, 13(1), 58-65.

Hur, S., Lim, H., & Lyu, J. (2020). “I” or “she/he”? The effects of visual perspective on consumers’ evaluation of brands’ social media marketing: From imagery fluency perspective. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/20932685.2019.1675526>

Marcomm. Retrieved March 20, 2022, from

<https://mix.co.id/headline/mengevaluasi-efektivitas-social-media-engagement/>

Instagram. (2020, August 5). *Introducing Instagram Reels*. Instagram.

<https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>

Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020, October). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada ukm dalam menghadapi era industri 4.0. JCES (Journal of

Character Education Society), 3(3), 651--659. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.2799>

Johnson, K. (2017, January). The importance of personal branding in social media: educating students to create and manage their personal brand. *Social Media in Education*.

Kaleem, K. (2022, February 4). *7 Reasons Why Instagram Is the Best Social Media App to Use*. MakeUseOf.

<https://www.makeuseof.com/reasons-why-instagram-best-social-media-app/>

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2022). *Arti kata digital - Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

KBBI. <https://kbbi.web.id/digital>

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2022). *Arti kata takarir - Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

KBBI. <https://kbbi.web.id/takarir>

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2022). *Arti kata video - Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

KBBI. <https://kbbi.web.id/video>

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

KASKUS. (2021). *Sejarah KASKUS*. Bantuan | KASKUS.

<https://bantuan.kaskus.co.id/hc/id/articles/214603738-Sejarah-KASKUS>

[https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/images/file\\_artikel/file\\_pdf/kfr/2020/16-K](https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/images/file_artikel/file_pdf/kfr/2020/16-K)

FR\_2020\_DI\_Yogyakarta.pdf

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

Lavinda. (2020, October 01). 9 Strategi Promosi Penjualan yang Efektif di Era Digital.

*Jurnal Entrepreneur*.

<https://www.jurnal.id/id/blog/5-strategi-promosi-penjualan-yang-efektif-di-era-digital/>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: bergerak dari tradisional ke digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Krasniak, M., Zimmerman, J., & Ng, D. (2021). *Social media marketing all-in-one for dummies* (5th ed.). Wiley.

Lee, S., & Kim, E. (2020). Influencer marketing on Instagram: How sponsorship disclosure, influencer credibility, and brand credibility impact the effectiveness of Instagram promotional post. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(3), 232–249.

<https://doi.org/10.1080/20932685.2020.1752766>

Liebenberg, L. (2018). Thinking critically about photovoice: Achieving empowerment and social change. *International Journal of Qualitative Methods*, 17(1).

<https://doi.org/10.1177/1609406918757631>

Liu, G., Li, Y., Gao, P., & Zhang, Z. (2019). Research on the Influence of Social Media Short Video Marketing on Consumer Brand Attitude. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 336.

<https://www.atlantis-press.com/article/125915819.pdf>

McCosker, A., Kamstra, P., Cotta, T. D., Farmer, J., Shaw, F., Teh, Z., & Panah, A. S. (2020, April 20). Social media for social good? A thematic, spatial and visual analysis of

1870-1890. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1748089>

Mowat, J. (2021). *Video marketing: Create engaging video campaigns to drive brand growth and sales*. Kogan Page.

Muhtarom, I. (2021, May 19). *Jangan Asal Joget, Pahami Algoritma TikTok Agar Konten Video Bisa Masuk FYP*. Tekno Tempo.co. Retrieved March 20, 2022, from <https://tekno.tempo.co/read/1463768/jangan-asal-joget-pahami-algoritma-tiktok-agar-konten-video-bisa-masuk-fyp>

Musburger, R. B., & Kindem, G. A. (2005). *Introduction to Media Production: The Path to Digital Media Production*. Focal Press. <https://doi.org/10.4324/9780080509310>

Nurmansyah, F. (2022, June 24). *Facebook Marketing: Kelebihan dan Strateginya*. Qontak by Mekari. <https://qontak.com/blog/facebook-marketing/>

Page, B. (2015, July 1). *6 reasons you need to use video marketing*. Inc.com - Startup. Retrieved from <https://www.inc.com/bubba-page/6-reasons-to-use-video-marketing.html>

Pambudi, O. S. (2014). *Upaya pelestarian tradisi baritan dalam upacara adat sedekah bumi di desa kedungwringin kecamatan sempor kabupaten kebumen* (thesis).

Paramita, S. (2022). Konten tiktok untuk meningkatkan UMKM di masa pandemi covid-19 (Studi kasus rude basic dan agate deluxe). *Koneksi*, 6(1), 218-225. 10.24912/kn.v6i1.15768

Pasha, A. R. (2019, April 4). *8 Hal yang Perlu Diperhatikan Saat Membuat Konten di Media Sosial*. Cermati.com. <https://www.cermati.com/artikel/8-hal-yang-perlu-diperhatikan-saat-membuat-konten-di-media-sosial>

DomaiNesia. <https://www.domainesia.com/berita/contoh-media-sosial/>

- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *d*, 11(2), 46–53. [Pusdatin.kemdikbud.go.id](http://pusdatin.kemdikbud.go.id). (2021, March 3). Pembelajaran Kolaboratif di Era dan Pasca Pandemi, Mengapa Tidak? [Pusdatin](http://pusdatin.kemdikbud.go.id). Retrieved April 4, 2022, from <https://pusdatin.kemdikbud.go.id/pembelajaran-kolaboratif-di-era-dan-pasca-pandemi-mengapa-tidak/>
- Priherdityo, E. (2015, June 14). *Gudeg Laris Manis di Lidah Mancanegara*. CNN Indonesia - gaya hidup. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150614172501-262-59922/gudeg-laris-manis-di-lidah-mancanegara>
- Purparisa, Y. (2020, June 27). Beralih ke Pemasaran Digital, Siasat UMKM Bangkit dari Krisis | Databoks. [Databoks](http://databoks.katadata.co.id). Retrieved 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/27/beralih-ke-pemasaran-digital-siasat-umkm-bangkit-dari-krisis>
- Putsanra, D. V. (2019, October 9). *Asal-usul Bakpia, Makanan Khas Jogja Akulturasi jawa dan cina*. [tirto.id](http://tirto.id) - Sosial Budaya. Retrieved from <https://tirto.id/asal-usul-bakpia-makanan-khas-jogja-akulturasi-jawa-dan-cina-ejlv>
- Raditya, I. N., & Nancy, Y. (2019, July 16). *Sejarah Gudeg khas Yogyakarta: Makanan Raja-Raja & Rakyat Pekerja*. *Sejarah Kuliner*. Retrieved from <https://tirto.id/sejarah-gudeg-khas-yogyakarta-makanan-raja-raja-rakyat-pekerja-eenb>
- Raghavan, R. (2022, June 13). *The Rise Of Video-First Marketing*. Forbes Business Council. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/06/13/the-rise-of-video-first-marketing/?sh=120240a1f00e>

pemberdayaan masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62-71.

<http://dx.doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>

Ramadan, A., & Fatchiya, A. (2021, April 13). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi

Produk "Rendang Uninam". *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan*

*Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>

Rayi, M. (2021, August 9). *Engagement Rate: Apa Itu dan 4 Cara Menghitungnya*. Meson

Digital. Retrieved March 20, 2022, from

<https://meson-digital.com/blog/engagement-rate-adalah/>

Rezqyta, M. (2021, April 23). Mengetahui Macam-macam Video Digital dan Manfaatnya

dalam Dunia Marketing. Kompasiana.com. Retrieved March 30, 2022, from

<https://www.kompasiana.com/marzha59002/60827ee18ede483cb7508c52/mengetahui-macam-macam-video-digital-dan-manfaatnya-dalam-dunia-marketing?page=all#section1>

Rizaty, M. A. (2022, July 11). *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. Data Indonesia.

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>

Rizaty, M. A. (2022, November 28). *Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022*. Data Indonesia.

<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>

Rogow, M. (2022, October 5). *7 Important Reasons to Consider Video Marketing in 2023*.

LinkedIn.



Sadewa, G. P. (2021, October 7). Roti Kembang Waru: Warisan Leluhur Yang Mulai

Memudar. Kompasiana.com. Retrieved April, 2022, from

<https://www.kompasiana.com/ghalifputra/615eed8501019068f91bd0f2/roti-ke>

[mbang-waru-warisan-leluhur-yang-mulai-memudar](https://www.kompasiana.com/ghalifputra/615eed8501019068f91bd0f2/roti-ke)

Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal*

*Humaniora Universitas Bina Saran Informasi*, 16(2).

<https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>

Setyaningrum, P. (2021, December 29). *Kenapa Yogyakarta Disebut Daerah Istimewa?*

*Simak Sejarahnya Halaman all*. KOMPAS.com. Retrieved from

<https://yogyakarta.kompas.com/read/2021/12/29/193207678/kenapa-yogyakarta-disebu>

[t-daerah-istimewa-simak](https://yogyakarta.kompas.com/read/2021/12/29/193207678/kenapa-yogyakarta-disebut-daerah-istimewa-simak)

[sejarahnya?page=all#:~:text=Menjadi%20daerah%20istimewa%20yang%20dipimpin,S](https://yogyakarta.kompas.com/read/2021/12/29/193207678/kenapa-yogyakarta-disebut-daerah-istimewa-simak)

[ultan%20dan%20Adipati%20yang%20bertahta](https://yogyakarta.kompas.com/read/2021/12/29/193207678/kenapa-yogyakarta-disebut-daerah-istimewa-simak)

Smesco. (2021, June 9). 10 Juta Pengguna Aktif TikTok di Indonesia Menjadi Target Market

Yang Bagus untuk Memasarkan Produk UKM. *Smesco*.

<https://smesco.go.id/berita/program-maju-bareng-TikTok>

Srirejeki, K. (2016). Analisis manfaat media sosial dalam pemberdayaan usaha mikro kecil

dan menengah (UMKM). *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 7(1), 57-68.

Sugnadini, D., Effendi, M. I., Istanto, Y., Arundati, R., & Rahmawati, E. D. (2019).

Pemasaran digital: Adopsi media sosial pada UMKM. Zahir Publishing.

Sulistiyarningsih, Christiyana, & Lastariwati, B. (2017). Makna simbolik makanan pada

upacara tradisional pager bumi rebo wekasan di Dusun Pulesari, Sleman. *E-Journal*

*Student PEND. TEKNIK BOGA*. 3-11.

*di Indonesia*. Kompas.com.

<https://www.kompas.com/sains/read/2020/06/10/163300823/era-media-sosial-facebook-k-jadi-yang-terpopuler-di-indonesia?page=all>

Suryani, I. (2014). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN community 2015. (Studi social media marketing pada twitter kemenparekraf RI dan facebook disarpud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(2).

Suryowati, E., & Binekasri, R. (2020, July 21). Tak Hanya Gagap Teknologi, UMKM Sulit Go Online karena Kendala Berikut. JawaPos.com. Retrieved 2022, from <https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/21/07/2020/tak-hanya-gagap-teknologi-umkm-sulit-go-online-karena-kendala-berikut/>

Tasruddin, R. (2017). Tren periklanan di media sosial. *Komodifikasi*, 5(1), 15-20. Taylor, D. G., Lewin, J. E., & Strutton, D. (2011). Friends, Fans, and Followers: Do

Tien, S., & Prodanovic, K. (2021, November 9). Top 9 Social Media Trends to Prepare for in 2022. Hootsuite Blog. Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/social-media-trends/>

Valentini, C., Romenti, S., Murtarelli, G., & Pizzetti, M. (2018). Digital visual engagement: Influencing purchase intentions on Instagram. *Journal of Communication Management*, 22(4), 362–381. <https://doi.org/10.1108/JCOM-01-2018-0005>.

Victoria, A. O. (2021, March 26). Hanya 12,5% UMKM di Indonesia yang Kebal dari Pandemi Covid-19 - Makro Katadata.co.id. Katadata. <https://www.katadata.co.id/agustiyanti/finansial/605d9f635fdf7/hanya-12-5-umkm-di-indonesia-yang-kebal-dari-pandemi-covid-19>

WARC. (2021). From discovery to purchase: The role of community commerce. TikTok.

Retrieved 2022, from

[https://www.tiktok.com/business/library/TikTok\\_Publicis\\_WARC\\_WhitePaper.pdf](https://www.tiktok.com/business/library/TikTok_Publicis_WARC_WhitePaper.pdf)

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan

Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV* (pp.

327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (1st ed.). PT. Literindo

Berkah Karya.

Wyzowl. (2022, November). *Video Marketing Statistics | New Data For 2023*. Wyzowl.

<https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics/>