

REFERENCES

- Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2018). Analisis strategi promosi dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Lebak Banten. *Sains Manajemen*, 4(2).
- Agustina, I. A. (2022, June 28). Fungsi Prototyping dalam Dunia Desain. *Binus University School of Design Website*. <https://binus.ac.id/malang/interior/2022/06/28/fungsi-prototyping-dalam-dunia-desain/>.
- Arianti, M. Y., Et al, (2021). Rapor, Nilai, Dev C++ Analisis Nilai Akhir Rapor Dengan Program C++ SMK Islamiyah SEI Kamah II 2021. *Jurma: Jurnal Program Mahasiswa Kreatif*, 5(2), 164-167.
- Arnegger, J. and Herz, M. (2016). Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations. *Journal of Destination Marketing & Management* 5(2), pp. 76–85.
- Barus, T. F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Video Terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran IPA Materi Sumber Energi Panas dan Pengaruhnya dalam Kehidupan Sehari-hari di Kelas IV SD Negeri 101864 Gunung Rintih TA 2018/2019. *Doctoral Dissertation, Universitas Quality Medan Fakultas Pendidikan dan Ilmu Keguruan*.
- Bogor Regency Tourism and Culture Office. (2018, December 21). Uraian Singkat Mengenai Klasifikasi Pariwisata. *Disbudpar Bogor Website*. <https://disbudpar.bogorkab.go.id/uraian-singkat-mengenai-klasifikasi-pariwisata/>.
- Budiarto, M., & Bella, U. (2018). Media Promosi dan Informasi pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video Company Profile. *Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, 4(2), 217-227.
- Creswell, J. W. (2012). Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research. *Educational Research*, 10, 1-12.
- Dane, K. (2022). Explain the concept and role of a travel mart in the tourism industry. In what ways do this travel mart help to promote tourism. *Tourism Product Operations and Case Studies*. <https://www.owlgen.in/explain-the-concept-and-role-of-travel-mart-in-tourism-industry-in-what-ways-do-these-travel-mart-help-to-promote-tourism>.
- Embassy of the Republic of Indonesia. (2018). Indonesia. *Kedutaan Besar Republik Indonesia Website*. <https://kemlu.go.id/canberra/id/read/indonesia/2186/etc-menu>.

- Harahap, R. (2021, July 7). Revitalisasi Destinasi Pariwisata. *Deputi Bidang Kebijakan Strategis Kememparekraf*.
<https://majalahfive.com/Wawancara/read/873/Revitalisasi-Destinasipariwisata>.
- Jakti, R. D. R. I. (2022). Merancang Identitas Visual dan Tata Pamer Pameran Hybrid “Kembali Merangkai Angan” di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Titik Imaji*, 4(2).
- Luturlean, B. S., et al. (2019). Strategi Bisnis Pariwisata. *Humaniora*.
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=BVi9DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Luturlean,+B.+S.,+%26+Se,+M.+M.+\(2019\).+Strategi+Bisnis+Pariwisata.+Humaniora.&ots=ByioqA6LmU&sig=JIRzSvJ5f469dyI11Gd1FikNF38&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=BVi9DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Luturlean,+B.+S.,+%26+Se,+M.+M.+(2019).+Strategi+Bisnis+Pariwisata.+Humaniora.&ots=ByioqA6LmU&sig=JIRzSvJ5f469dyI11Gd1FikNF38&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).
- Mardhiyah, S. S. (2021). Perancangan Pasar Wisata dengan Pendekatan Hybrid Architecture di Kabupaten Sidoarjo. *Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Maryati, S and Purnama. B. E. (2013). Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Polokarto Kabupaten Sukoharjo dengan Menggunakan Komputer Multimedia. *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 5(1), 23-25.
- Ministry of Tourism and Creative Economy (2020). 2020/2021 Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia: Studi Mengenai COVID-19, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif. *Tren Industri Pariwisata 2021*. Jakarta.
https://api2.kememparekraf.go.id/storage/app/resources/Buku_Outlook_Pariwisata_dan_Ekonomi_Kreatif_2021_6768c3fcf0.pdf.
- Sudiby, D. W., & Sudarno, S. (2022). Persiapan Pelaksanaan Event Stakeholder Meeting Mice Secara Hybrid di Yogyakarta. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis dan MICE* (Vol. 10, No. 1, pp. 222-225).
- Sunarya, L., Apryllia, P., & Isnaini, S. (2016). Design Video Profile Based Multimedia Audio Visual and Broadcasting as A Media Promotion. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 9(3), 318-327.