

REFERENCES

- Amaliah, N., Fianto, A. Y. A., & Yosep, S. P. (2015). *Perancangan media promosi PT petronika sebagai upaya pembentukan citra perusahaan* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Ayunda, S. N., Lufri, L., Zulyusri, Z., & Fajrina, S. (2024). Pengembangan E-Booklet Bernuansa Emotional Spiritual Quotient (ESQ) Tentang Materi Perubahan Lingkungan untuk Peserta Didik Kelas X Fase E SMA/MA. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Biologi*, 5(2), 90-106.
- Creswell, J. W. 2015. *Educational Research: Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (5th Ed). Boston: Pearson Education.
- Firman, E. N., Kaskoyo, H., Herwanti, S., & Bakri, S. (2023, October). Identification of tourism attraction at Way Belerang In Kalianda Sub-district, South Lampung, Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Masyarakat Biodiversitas Indonesia* (Vol. 9, No. 1, pp. 75-79).
- Indra, R. (2021). Development of Various Fruit Processing as a Culinary Tourism Attraction in Dokan Village, Brand District, Karo Regency. *TEHBMJ (Tourism Economics Hospitality and Business Management Journal)*, 1(2), 181-193.
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2021). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Ladyani, F., Pinilih, A., & Faqih, M. (2019). Analisis Riwayat Penggunaan Bahasa Bilingual dengan Anak Keterlambatan Bicara di RS Imanuel Bandar Lampung tahun 2019. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 6(4).
- Mukaffi, Z., & Haryanto, T. (2022). Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Banyuwangi. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 38-43.
- Nurhayati, L., Salsa, E. E., & Rachman, I. F. (2024). THE EFFECT OF BILINGUALISM ON CHILDREN'S INTELLIGENCE LEVEL. *Journal of Humanities and Social Studies*, 2(02), 483-489.
- Safitri, N. Q. L., & Prananta, R. (2022). Tahapan pembuatan e-booklet sebagai media informasi objek Wisata Kedung Kandang di Desa Wisata

- Nglanggeran. *Electronical Journal of Social and Political Sciences*, 9(4), 393-405.
- Salsabila, R. S., & Fauzi, A. (2022). Pembuatan Media Promosi E-Booklet Company Profile Dengan Menggunakan Canva Pro Untuk Meningkatkan Minat Beli Pada Umkm Radha Scarf Di Bandung. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 91-96.
- Sari, E. R., Ningrum, N., & Dewi, T. A. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Di Kota Metro Tahun 2022. *EDUNOMIA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 150-158.
- Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. (2023). Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 582-601.
- Sarip, M., Amintarti, S., & Utami, N. H. (2022). Validitas dan keterbacaan media ajar e-booklet untuk siswa SMA/MA materi keanekaragaman hayati. *JUPEIS: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 43-59.
- Utami, E. F. (2015). *LKP: Pembuatan Media Promosi Booklet LPTB Susan Budihardjo* (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya).
- Widiasari, L. (2024). Dampak Pembelajaran Bilingual Sejak Dini Terhadap Perkembangan Anak Usia Batita. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(2), 179-186.
- Wirawan, P. E., Semara, I. M. T., & Arianty, A. A. A. S. (2021). Pengantar pariwisata (53–55). IPB Internasional Press.