

REFERENCES

- Agung, A. S. S. N., Siboro, E., Jumarliati, E., Dewi, R., Maranatha, Y., & Mamuraja, S. 2024. Pengembangan Video Profil Dwibahasa untuk Promosi Wisata Daerah di Kabupaten Landak. *Jurnal Pendidikan Informatika dan Sains*. 12(2), 331–339. <https://doi.org/10.31571/saintek.v12i2.4696>
- Angie, N., Jumiati, A., Santoso, E., Nasir, M., Zulfikri, R., & Komariyah, S. 2024. Strategi Pengembangan Kawasan Berbasis Kopi di Pegunungan Mandigu Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Pembangunan*. 2(1), 30-39. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPWP/article/view/47351>
- Aprilia, D. S., & Melati, I. 2021. Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja , Modal Usaha dan Bauran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sentra Batik Kota Pekalongan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*. 2(1), 1–14. <https://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jeee/article/view/1728>
- Aulia, M. F., Darmawan, A., Wahyuni, T. R., & Christine, E. 2022. Scheme Developing (Alternative) Promotion Designing for Visual Communication Design. In International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021). *Advances in Economics, Business and Management Research*. (pp. 442-454). <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icemac-21/125970178>
- Creswell, J. W. 2012. Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research. 4th ed. Boston, MA: Pearson
- Damayanti, L. S. 2019. Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris dalam Industri Pariwisata. In Journey: *Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*. 2(1), 71-82. <https://ojs-journey.pib.ac.id/index.php/art/article/view/42>
- Dhaniwijaya, A. Y., & Sudjanarti, D. 2023. Hubungan Efektivitas Video Iklan Berbasis Aplikasi Filmora di Instagram dengan Minat Beli Konsumen pada Cafe Guttast Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 9, 166–171. <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/532>
- Fillamenta, N., & Sumantri, R. D. 2021. Makna Simbolik Proses Pembuatan Batik pada Proses Kehidupan Manusia. *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara*. 1(1). <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw/article/view/244>

- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. 2022. Analisis Peran Media Promosi pada PT. Mayora dalam Mempromosikan Produk Torabika. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. 2(2), 24–31.
<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/article/view/44>
- Marpaung, F. K., S, Arnold, W, M., & Sofira, A. 2021. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*. 7(1), ISSN.
<https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/134>
- Muzaky, A, S. 2018. LKP: Pembuatan Media Promosi Video Ottimmo Internasional Sekolah Masak Akademi Kuliner Surabaya. *Undergraduate Thesis, Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya*. 3(2), 91–102.
<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3385/>
- Nugroho, M. F. A., & Reswari, N. Z. Y. 2024. Kampanye Budaya Hari Batik Guna Meningkatkan Kecintaan Gen-Z pada Batik. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*. 2(1), 343–350.
<https://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura/article/view/934>
- Prastiyanti, D. P. & Yulianto. 2019. Media Promosi pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. 2 (2), 174-184.
<https://pdfs.semanticscholar.org/bfb2/78310126ddcf7fdf006c86038414b5acb96c.pdf>
- Purnamasari, I., Sanjaya, R. I., Rachman, F., Priyono, B. S. E., & Wijayanto, Y. W. 2024. Kajian Distribusi C Organik dan Kadar Air Tahan di Lahan Kopi Robusta Kabupaten Jember dengan Ketinggian Berbeda pada Akhir Musim Penghujan. *Jurnal Tanah dan Sumberdaya Lahan*. 11(1), 135–142.
<https://jtsl.ub.ac.id/index.php/jtsl/index>
- Putra, A, A. 2024. Pelatihan Desain Grafis Majalah Katalog Fotografi sebagai Media Promosi pada Batik Gabovira. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*. 6(1), 1043–1048.
<https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/4405>
- Riki, Kremer, H., Suratman, Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto. 2023. Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peranan sebagai Sarana Komunikasi dan Promosi Produk. *Jurnal Cafetaria*. 4(1), 98–105.
<https://ejurnal.universitaskarimun.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/811>
- Sagita, A., & Efi, A. 2023. Pembuatan Canting Cap Batik dari Bahan Kertas. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(2), 17546–17555.
<https://doi.org/10.35591/wahana.v23i2.238>

- Sama, H., & Ulfa, M. 2021. Perancangan dan Implementasi Iklan Konten Video Cinematic Promotion Coffee Shop Renjana. *Journal in Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)*. 1(1), 91–99. <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech/article/view/5835>
- Santi, V. P., & Kumoratih, D. 2022. Perancangan Video Promosi untuk Brand De Jawa. *Jurnal Desain-Kajian Bidang Penelitian Desain*. 2(2), 270-277. <https://journal.interstudi.edu/index.php/journaldesain/article/view/1713>
- Shelton, I. 2024. How to Create the Perfect Promo Video. <https://www.lemonlight.com/blog/how-to-create-the-perfect-promo-video/>
- Sopacua, I. O., & Primandaru, N. 2020. Implementasi Quadruple Helix dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 23(2), 224–238. <https://jurnalwahana.poltekykpn.ac.id/wahana/article/view/238>
- Sukmawati, R., & Tarmizi, M. I. 2022. Determinan Kinerja Auditor: Studi di Wilayah Jakarta Selatan. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*. 18(1), 17-30. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v18i1.537>
- Wahyuni, N., Djonnaidi, S., Miladiyenti, F., & Ramadhani, A. P. 2024. "Pemanfaatan Video Profil Kampung Kerajinan Daur Ulang Sampah dan Seribu Keripik sebagai Sarana Promosi dan Pengembangan Kampung Tematik Kelurahan Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Padang." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 15(1), 37–48. <https://www.bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/5400>