

REFERENCES

- Adi, H. W. P., & Soliha, E. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth, dan E-commerce terhadap Keputusan Pembelian Mebel di Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1). P. 157-168. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.2317>
- Agung, A. S. S. N., Siboro, E., Jumarliati, E., Dewi, R., Marantha, Y., & Mamuraja, S. 2023. Pengembangan Video Profil Dwibahasa untuk Promosi Wisata Daerah di Kabupaten Landak. *Jurnal Pendidikan Informatika dan Sains*. 12(2). P. 331-339. <https://doi.org/10.31571/saintek.v12i2.4696>
- Ardhina, S. W. (2024). Developing A Bilingual Website for CJDW Ceramics & Souvenirs as A Link to Connect to the Marketplace and Social Media. *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(6), 91-100. <https://doi.org/10.3785/kohesi.v4i6.5792>
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. 4th ed. Boston, MA: Pearson
- Ernawati, A. 2022. Media Promosi Kesehatan untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu tentang Stunting. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 18(2). P. 139-152. <https://doi.org/10.33658/jl.v18i2.324>
- Handrawan, M. N. R., & Nisa, F. L. 2024. Peran Pemerintah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Kondisi Pertumbuhan Nilai SDM dan SDA yang Beragam di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(3). P. 127-147. <https://doi.org/10.61896/jeki.v2i3.62>
- Shelton, I. 2024. *How to Create the Perfect Promo Video*. <https://www.lemonlight.com/blog/how-to-create-the-perfect-promo-video/>
- Jannah, F. 2022. Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam Mempromosikan Produk Torabika. *RESPON Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2). P. 24-31. <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Laksmi, P. A. S., & Arjawa, I. G. W. 2023. Kearifan Lokal dalam Mendukung Pengembangan Industri Kreatif di Provinsi Bali. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 4(1), 155-180. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol4iss1pp1-15>

- Lantu, D. C., Rosmiati, M., Herliana, S., Chaerudin, R., & Lawiyah, N. 2021. The Competitiveness of Indonesian Craft as Creative Industries in the Global Market: A SWOT Analysis Approach. (Eds. A. Budiman and B. Setiawan) *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship*, Bandung: Atlantis Press. P 123-135.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.091>
- Mahesti, N. D. 2020. *Perancangan Video Promosi Destinasi Wisata Kabupaten Rembang*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang. Rembang
- Muktiana, A. L., & Nurfaizal, Y. 2022. Animasi 3d Arsitektural Mix Dengan Motion Grafik Sebagai Media Promosi Perumahan Bhumi Nirwana. *Technomedia Journal*, 7(1). P. 40– 52.
<https://doi.org/10.33050/tmj.v7i1.1800>
- Permatasari, D., A. C. Februadi., & A. I. Gunawan. 2021. Proyek Meningkatkan Brand Awareness Forget Me Not Coffee Melalui Video Promosi di Instagram. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, Bandung: IRWNS. P 1144-1149.
https://www.semanticscholar.org/paper/Proyek-Meningkatkan-Brand-Awareness-Forget-Me-Not-Permatasari-Februadi/0e2f2d2b3edaa8322eceaf53d791f4159d6e6d07?utm_source=direct_link
- Putri, V. K. M. 2023. *Media Promosi: Definisi dan Jenis-jenisnya*. Kompas.com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/31/110000969/media-promosi--definisi-dan-jenis-jenisnya>
- Sari, W. E., Yulianto, E. Junirianto, A. Franz, S. Karim, & I. M. Khamidah. 2021. Video Branding untuk Promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 4(1). P. 10-18.
<http://dx.doi.org/10.33474/jipemas.v4i1.7174>
- Sunarya, L., Purbayani, A. D., & Handayani, N. 2021. Media Video Promosi pada Roofpark Café & Restaurant Puncak Bogor Jawa Barat. *TMJ (Technomedia Journal)*, 5(2), 216-219.
<https://doi.org/10.33050/tmj.v5i2.1448>
- Sutrisno, S., & Sinanto, R. A. 2022. Efektivitas Penggunaan Lembar Balik sebagai Media Promosi Kesehatan: Tinjauan Sistematis. *Jurnal Kesehatan Terpadu (Integrated Health Journal)*, 13(1), 1-11.
<https://doi.org/10.32695/jkt.v13i1.129>