

REFERENCES

- Anam, M. K., & Asriningtias, Y. (2023). Application of augmented reality technology as a shoe promotion media. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 14(2), 179–193.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
- Durohman, H., & Shofiati, N. (2024). Mapping the contribution of tourism to the East Java economy: A quadrant analysis. *Halal Tourism and Pilgrimage*, 4(2).
- Ghanem, J. (2017). *Conceptualizing “the tourist”: A critical review of UNWTO definition*.
- Ibrahim, Y., Maryati, S., & Pratama, M. I. L. (2024). Analisis faktor pendukung dan penghambat pariwisata dalam mempengaruhi kondisi sosial ekonomi masyarakat di Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. *Jurnal Riset dan Pengabdian Interdisipliner*, 1(1), 86–96.
- Jeremiah, S. E., Wardana, D., & Wardani, L. S. (2024). Video profile as a promotional media in the Semesta Store, Malang City. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 776–782.
- Juanna, A., Monoarfa, M. A. S., Podungge, R., & Tantawi, R. (2024). Identification of trends in business promotion and marketing using video-based content on social media. *Jambura Science of Management*, 6(2), 88–103.
- Ma, Q., & Zhang, Z. (2024). The use of digital storytelling in bilingual/multilingual students’ meaning-making: A systematic literature review. In *Globalization, Cultural Diversity and Schooling* (pp. 33–73).
- Maidasari, E., Narundana, V. T., & Lolyana, R. (2021). Pengaruh promosi video marketing dan kesadaran merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian

konsumen Yamaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*, 11(2).

Mularsari, A. (2022). Analisis strategi pengembangan pariwisata di bidang jasa pelayanan Hotel Roosseno Plaza Jakarta di masa New Normal Era. *Turn Journal*, 2(1), 17–30.

Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. (2019). Media promosi pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174–184.

Rahma, A. A. (2020). Potensi sumber daya alam dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1–8.

Rosianta, E., & Sabri, M. (2018). The making of a promotional video of tourism in Rupert Island. *INOVISH Journal*, 3(1).

Rudjiono, D., & Saputro, H. (2020). Pengembangan desain website sebagai media informasi dan promosi (Studi kasus: PT Nada Surya Tunggal, Kecamatan Pringapus). *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(2), 56–66.

Salim, M. A. M. (2018). Authenticating the tourist destination on the official tourism website of Indonesia: A multimodal perspective. *Astra Salvensis*.

Wirawan, P. E., & Octaviany, V. (2022). *Pengantar pariwisata*. Nilacakra.

Wulandari, R. N. H., Puspitorini, A., Kusstianti, N., & Lutfiati, D. (2022). Analisis strategi promosi jasa make up pengantin di Paras Asri Wedding Organizer melalui media sosial. *Jurnal Tata Rias*, 11(1), 49–57.

Yulianti, A. A. (2018). Prinsip kerja sama dan implikatur pada tuturan alih kode dalam film-film Jerman. *BELAJAR BAHASA: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(2).

Zoradiva, T., & Cahyani, H. D. (2026). Developing a bilingual company profile as promotional media and e-catalogue for Agro Mineral Water. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 5(2), 1125–1129.