

REFERENCES

- Abdul H. (2020). Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Vol 1(No 2), 157–158.
- Abiyyu Fauzan, M., Laila, E., & Darlies, M. (2025). Pengujian Video Promosi untuk Meningkatkan Branding Digital Menggunakan Pendekatan Multimedia Development Life Cycle. *KETIK : Jurnal Informatika*, 2(04), 19–24. <https://doi.org/10.70404/ketik.v2i04.155>
- Aini, Q., Yulianto, T., & Faisol, F. (2021). Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan “BUKET” Untuk Meningkatkan Kreativitas Siswa SMK Mawaddah. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.26740/ja.v7n1.p73-77>
- Belch, G. E. B. & M. A. (2003). *Advertising and Promotion* 6th ed. Belch.
- Bukhory, U., & Susanti, F. (2017). the Difficulties of Bilingualism (English and Arabic) on Speaking Ability Faced By the Members At the First Semester At Apk (Asrama Puteri Khadijah). *OKARA: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 10(1), 105. <https://doi.org/10.19105/ojbs.v10i1.1248>
- Creswell, J. W. (2014). *RESEARCH DESIGN Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ismayani, D. (2018). Perancangan Video Iklan Promosi Profil Wisata Puncak Bila Riase’ Kabupaten Sidrap. *Jurnal Imajinasi*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.26858/i.v2i1.13791>
- Jakus, D. (2018). *Jakus_Jurnal*.
- Keller, P. K. A. K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.).
- Lestari, K. S., Ramadhan, A., & Saputri3, A. I. (2023). Media Video Marketing Sebagai Sarana Promosi. *MAVIB Journal*, 4(2), 2023.
- Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi Dan Promosi. *CCIT Journal*, 5(3), 281–301. <https://doi.org/10.33050/ccit.v5i3.155>
- Murnawan, -, Lestari, S., Samihardjo, R., & Sapanji, R. A. . V. T. (2023). Pelatihan Brand Identity Untuk UMKM: Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 490. <https://doi.org/10.33633/ja.v6i2.1247>
- Oktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2022). Strategi Branding Membangun Brand Identity Pada. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1829–1836.

- Rimayanti, N., Yulianti, A., Nasution, B., & Lubis, E. E. (2019). Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia. *It Journal Research and Development*, 3(2), 84–95. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3\(2\).2499](https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3(2).2499)
- Sahputra, A., & Suksesiwyat Lubis, D. (2023). Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 988–996. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12553>
- Shafa, G. M., & Pranata, R. T. H. (2025). Penerapan Teknik Cinematic Videography Video Promosi Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Jumlah Audiens Toko Kenanga. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1204–1213. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1376>
- Sholihah, R. A. (2018). Kontak Bahasa: Kedwibahasaan, Alih Kode, Campur Kode, Interferensi, Dan Intergrasi. *The 3rd Annual International Conference on Islamic Education*, 361–376.
- Sugiarto, E., & Widyatmoko, K. (2022). IbM Peningkatan Strategi Pemasaran Bagi UMKM Kerajinan Tangan Kota Semarang Sebagai Upaya Peningkatan Inovasi, Kreativitas, serta Taraf Perekonomian. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 105. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i1.362>
- Suryanto, Syamsul Hadi, D. S. (2023). Analysis of the Effect of Work Environment and knowledge Sharing on Employee Performance in Innovative Behavior Mediation. *Jurnal Bisnis*, 14, 306–322. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jbti.v14i1.18804>