

DAFTAR PUSTAKA

A. Website

- Gotravela Indonesia (2018). *Kelingking Beach Surga Yang Tersembunyi Di Nusa Penida*. Diunduh tanggal 29 Oktober 2021 dari <https://www.gotravelaindonesia.com/kelingking-beach/>
- Water Sport Bali (2021). *Pantai Kelingking Nusa Penida Bali – Panduan Liburan Wajib Anda Tahu*. Diunduh tanggal 29 Oktober 2021 dari <https://www.water-sport-bali.com/pantai-kelingking-nusa-penida/>
- Wikipedia (2021). *Nusa Pendida*. Diunduh tanggal 29 Oktober 2021 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Nusa_Penida)
- ReferensiSiswa.my.id. (2021). *Pengertian Obyek Wisata Menurut Para Ahli dan Jenis-Jenis Objek Wisata*. Diunduh tanggal 29 Oktober 2021 dari <https://www.referensisiswa.my.id/2021/05/pengertian-obyek-wisata-menurut-para.html>
- Suprobo, Hafit Yudi. (2017). “*Delapan 'Rahasia' Kenapa Anda Harus Segera Gunakan Video Marketing, Tertarik?*” <https://www.wartaekonomi.co.id/read162999/delapan-rahasia-kenapa-anda-harus-segera-gunakan-video-marketing-tertarik>. Diakses pada 24 Januari 2022.
- Andi Dwi Riyanto. (2021). *Indonesian Digital Report 2021*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> Diakses pada 23 Mei 2022
- Percetakan.net (2019). *Brosur Peta Tujuan Wisata*. Diakses pada 22 Januari 2022 dari <https://percetakan.net/brosur-peta-tujuan-wisata/>
- Gede Pulo Darma (2013). *Unsur Dan Prinsip Desain Komunikasi Visual*. Dari <https://designideasdkv1.wordpress.com/2013/01/07/unsur-dan-prinsip-desain-komunikasi-visual/> Diakses pada 24 Januari 2022
- Republika.co.id. (2022). *Pengaruh Media Sosial terhadap Kegiatan Bisnis*. Diunduh tanggal 24 Januari 2022 dari <https://retizen.republika.co.id/posts/30464/pengaruh-media-sosial-terhadap-kegiatan-bisnis>
- Pakarkomunikasi.com (2018). *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. Diunduh tanggal 23 Mei 2022 dari <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>

- Ames Boston. *20+ Teknik Pengambilan Gambar [Penjelasan dan Contohnya]*. Diunduh tanggal 23 Mei 2022 dari <https://www.amesbostonhotel.com/teknik-pengambilan-gambar/>
- Antilum.com (2018). *Memahami Istilah-Istilah Warna (Hue, Tints, Tones, Shades)*. Diunduh tanggal 23 Mei 2022 dari <https://www.antilum.com/2018/08/memahami-istilah-istilah-warna-hue-tints-tones-shades.html>
- Creatormedia.my.id. (2022). *Pengertian Konsep Dasar Website Menurut Para Ahli*. Diunduh tanggal 24 Januari 2022 dari <https://creatormedia.my.id/blog-post/konsep-dasar-website-menurut-para-ahli/>
- Dosenpendidikan.co (2022). *Stiker adalah*. Diunduh tanggal 23 Mei 2022 dari <https://www.dosenpendidikan.co.id/stiker-adalah/>
- Wikipedia (2021). *Bros*. Diunduh tanggal 23 Mei 2022 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Bros>
- Wikipedia (2022). *Kaus Oblong*. Diunduh tanggal 23 Mei 2022 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Kaus_oblong
- Liputan6.com (2021). *Thumbnail adalah Gambar Pratinjau, Kenali Fungsi dan Cara Kerjanya*. Diunduh tanggal 23 Mei 2022 dari <https://hot.liputan6.com/read/4696235/thumbnail-adalah-gambar-pratinjau-kenali-fungsi-dan-cara-kerjanya>
- Tribunnews.com (2021). *Komunikasi Persuasif: Pengertian, Tujuan, dan Strategi*, Diunduh tanggal 23 Mei 2022 dari <https://www.tribunnews.com/pendidikan/2021/09/07/komunikasi-persuasif-pengertian-tujuan-dan-strategi>.

B. Jurnal, Skripsi, Makalah, dan Karya Ilmiah Lainnya

- Novia Dyah Mahesti, (2020) dalam jurnal “PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KABUPATEN REMBANG” dari <http://lib.unnes.ac.id/39390/> yang diakses pada tanggal 23 Mei 2022
- Vio Athal Arif Fadhil, (2020) dalam jurnal studi “PERANCANGAN DESAIN BROSUR SEBAGAI MEDIA PROMOSI MUSEUM MPU TANTULAR” di <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3952/> yang diakses pada tanggal 22 Januari 2021
- Jogiyanto, (2005) dalam jurnal “PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMESANAN DAN PEMBAYARAN LAPANGAN FUTSAL PADA DE CENTRO FUTSAL” di <http://repository.unama.ac.id/432/> yang diakses pada tanggal 22 Januari 2022

- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Ketut, N. I., & Astuti, R. (2013). Pengaruh Kunjungan Wisatawan Dan Penerimaan Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Klungkung. *Forum Manajemen*, 11(2), 34–51.
<https://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/FM/article/view/60>
- Rupa, J. S., Bahasa, F., Seni, D. A. N., & Semarang, U. N. (2020). *Perancangan Video Promosi Destinasi Wisata*. 10(2), 103–112.
- Sanjaya, S. (2015). pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada PT.Sinar Sosro Medan.Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen dalam membentuk prefrensi atas merek-merek dalam kumpulan berbagai prila. *Jurnal Ilmiah Managemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Savitri, L. (2010). Tugas Akhir. 175.45.187.195, 31124. [ftp://175.45.187.195/Titipan-Files/BAHAN WISUDA PERIODE V 18 MEI 2013/FULLTEKS/PD/lovita meika savitri \(0710710019\).pdf](ftp://175.45.187.195/Titipan-Files/BAHAN WISUDA PERIODE V 18 MEI 2013/FULLTEKS/PD/lovita meika savitri (0710710019).pdf)
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Berliani, A. (2014). SOCIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK 2014 DI INDONESIA, 108. Diakses 15 Juni 2021, dari <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/382/submission/original/382-999-1-SM.pdf>. diakses pada tanggal 23 Januari 2022.

C. Buku

- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- Supriyono R. 2010. Desain Komunikasi Visual (Teori dan Aplikasi). Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.
- Dramaprawira, Sulasmi. 2002. Warna; Teori dan Kreativitas Penggunaannya. Bandung: Penerbit ITB.
- Arief S. Sadiman. (2009). Media Pendidikan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada