

DAFTAR RUJUKAN

- Achmad, Z. A. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31.
- Agustiono, T. (2018). Teknik Editing Dengan Mengoptimalkan Kontinuitas Gambar Dalam Produksi Features “Boyolali Tersenyum.” *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, 2(2).
- Ardhi, Y. (2013). Merancang media promosi unik dan menarik. *Yogyakarta: TAKA Publisher*.
- Azhar, A. (2007). Media pembelajaran, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 15–85.
- Anglada, D. 2007. An Introduction to Instructional Design: Utilizing a Basic Design Model. *Dalam <https://www.pace.edu/faculty-center>*. Diakses tanggal 8 September 2020.
- Chotib, M. (2015). Wisata Religi di Kabupaten Jember. *Jurnal Fenomena*, 14(2), 206–225.
- Djamarah, S. B., & Zain, A. (2006). Strategi belajar mengajar. *Jakarta: Rineka Cipta*, 46.
- Halim, B., & Yulius, Y. (2021). Hubungan Peletakan Kamera (Angle) dalam Iklan Berbentuk Video. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 5(1).
- Harsiati. (2017). *Bahasa Indonesia SMP/MTs edisi revisi*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Igiany, P. D., Sudargo, T., & Widyatama, R. (2016). Efektivitas penggunaan video dan buku bergambar dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan ibu mencuci tangan memakai sabun. *Berita Kedokteran Masyarakat*, 32(3), 89–94.
- Irawan, Dedy. 2016. *Teknik Sinematografi Dalam Menggambarkan Pesan Optimisme Melalui Film Tenggelamnya Kapal Ven Der Wijk*. Yogyakarta: Jurusan Komunikasi FDK UIN Sunan Kalijaga.
- Ismayani, D. (2018). Perancang Video Iklan Promosi Profil Wisata Puncak Bila Riase 'Kabupaten Sidrap'. *Jurnal Imajinasi*, 2(1), 23–31.
- Jayendra, P. S., & Sudiarta, I. N. (2020). Eksistensi Brahmavihara Arama Sebagai

Destinasi Wisata Edukasi Dan Spiritual Di Desa Banjar Tegeha, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(1), 42–54.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pengertian Media. Dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media>. Diakses Jumat, 5 Februari 2021 Pukul 15.58 WITA.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pengertian Video. Dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/video>. Diakses Senin, 8 Februari 2021. Pukul 13.31 WITA.

Kurniawan, H., & Wahyurini, O. D. (2017). Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali Di Denpasar. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 5(2).

Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Menjadi Produser Televisi: Profesional Mendesain Program Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Lestari, E. A., & Ratnawuri, T. (2020). Pengembangan Komik Sebagai Media Pembelajaran Ekonomi pada Materimanajemen Kelas X SMA Muhammadiyah Pekalongan. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 8(1).

Maulani, G., Sasongko, N. J., & Mulyana, A. (2016). Pengembangan Media Promosi Pariwisata Kota Tangerang dalam Bentuk Video Digital pada Dinas Porparekraf. *Innovative Creative and Information Technology*, 2(2), 207–220.

Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Prenada Media.

Oktavianus, Y., & Kamal, M. N. (2019). Video Promosi Wisata Kuau Kuliek Nagari Sungai Buluah. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(4).

Permana, A. A. J. (2017). Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 6(2), 238–247.

Pujimin, S. (2017). *Pendidikan Agama Buddha dan Budi Pekerti*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Richey, R. C., & Klein, J. D. (2007). Design and development research. *Mahwah, NJ*.

Rifai, D., Astriyani, E., & Indria, U. (2018). Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia. *Technomedia Journal*, 3(1 Agustus), 98–109.

- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 191–206.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarya, L., Nurasiah, D., & Agustian, F. (n.d.). Video Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Studio Satu PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV). *Journal Cerita*, 3(1), 1–17.
- Swarnacita, Handaka. 2018. *Pendidikan Agama Buddha dan Budi Pekerti*. Ehipassiko Foundation. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. “*Strategi Pemasaran*”, Edisi 4. Penerbit, Andi. Yogyakarta.
- Triyono, T., Hariwibowo, M. A., & Putra, B. P. (n.d.). Analisis Sudut Pandang Kamera dan Jenis Kamera. *Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, 2(2), 216–232.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 10 Tahun 2009. *Tentang Kepariwisata*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 18 Tahun 2002. *Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81–92.
- Zuwono, W. A., & Sunarsa, S. (2019). Penataan Suara Dalam Produksi Program Feature “Content Creator” Audio Arrangement In The Production Of Feature Program “Content Creator.” *Jurnal Ilmiah Produksi Siaran*, 5(1), 31–48.