

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, M. S., Najib, M., & Djohar, S.2019. "Development of Aisas Model To See the Effect of Tourism Destination in Social Media". *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 17, No. 1, 133–143. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.15>
- Abdurrahman, N. H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, CV. Pustaka Setia.
- Adiyanto, Y., & Supriatna, Y.2019. "Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Banten". *Sains Manajemen*, Vol. 4, No. 2, 83–93. <https://doi.org/10.30656/sm.v4i2.979>
- Amriani, D. rizkia. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Brand "AyuBeautyShop" Melalui Media Sosial Instagram*. Skripsi Bandung: Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/59818>
- Anas, A. S, et. al.2023. "Pelatihan Teknik Cinematic sebagai Media Bantu Promosi Digital". *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 4, No. 1, 223–238. <https://doi.org/10.30812/adma.v4i1.2944>
- Ariana, I. K. A., & Julianti, N. P.2023. "Branding Pariwisata Melalui Video Sinematik Sebagai Sarana Promosi Dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Babahan". *Abdimas Galuh*, Vol. 5, No. 1, 719. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.10022>
- Connick, W. 2019. "What Does the Sales Acronym AIDA Mean?" (Online) dalam *The Balance Careers*. <https://www.liveabout.com/what-is-aida-2917366>
- Degey, S, et.al.2016. *Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire (Studi Kasus : Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Nabire)*. Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana. https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10430/2/T1_692008028_Full text.pdf
- Desrianti, D. I, et.al.2020. "Pemanfaatan Film Sebagai Peningkatan Media Promosi Pada Tempat Wisata". *MAVIB Journal*, Vol. 2, No. 2, 143–155. <https://doi.org/10.33050/mavib.v2i2.1189>
- Farorah, I., & Sari, D. P.2023. "The Making Of The Prapat Tunggal Beach Cinematic Video". *Seminar Nasional Industri Dan Teknologi (SNIT) Politeknik Negeri Bengkalis*.
- Fikri, M. I. 2019. *Perancangan Video Promosi untuk Meningkatkan Pengunjung di Wisata Alam Desa Danawarih*. Politeknik Harapan Bersama.
- Gani, A. G.2014. "Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya". *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, Vol. 2, No. 2. <https://doi.org/10.35968/jsi.v2i2.49>

- Hendriyani, R, et.al.2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Junaedi, F.2011. "Membuat Film Dokumenter". Yogyakarta: Lingkar Media.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (n.d.). KBBI.
<https://kbbi.web.id/pariwisata>
- Kurniawan, W. B.2024. "Analisis Rancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi di Doulos Phos The Ship Hotel". *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*. Vol. 4, 4664–4675.
- Kusmiati, Y.2019. *Komunikasi Pariwisata Pagaralam: Tinjauan Humas Pemerintah*. Medan: FBS Unimed Press.
- Ladistin, R., Erwin, T. H., & Septyandi, C. B.2022. "Perancangan Cinematic Video Profil Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Kampung Adat Cireundeu". *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 1373–1378.
<https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4294>
- Mahesti, N. D.2020. *Perancangan Video Promosi Destinasi Wisata*. Universitas Negeri Semarang, 10(2), 103–112.
- Mardiani, I. E., & Imanuel, O. J.2013. "Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing)". *Jurnal Ekonomi*. Vol.4, No. 2, 151–161.
- Mathory, E. A. S., & Syahna.2022. "Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark". *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, Vol. 4, No. 2, 105–119.
- Mentari, I.2022. "Perancangan dan Implementasi Iklan Konten Video Cinematic Promosi “Kopi Paste” dengan Menggunakan Aplikasi Vn". *Journal Sistem Informasi, dan Teknologi Informasi*, Vol. 1 No. 3, 1–10.
- Muallimah, H.2022. Kajian Penerapan Strategi Komunikasi AISAS terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. *KREATIF (Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif)*, Vol. 04 No. 01, 1–10.
- Mufidah, H. B, et.al.2022. "Digital Creative Promotion Melalui Pembuatan Video Pendek Sebagai Strategi Promosi Kampung Sejarah “Kayutangan Heritage” Kota Malang". *Surya Abdimas*, Vol. 6 No. 2, 311–323.
<https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i2.1686>
- Muliani, A. 2017. *Implementasi Strategi Online PR Tanamera Coffee Dalam Menciptakan Brand Image: Studi Kasus Terhadap Akun Instagram Tanamera Coffee*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Noor, M. F, et.al.2018. "Penggunaan Video Promosi Wisata Via Youtube untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Kota Banjarbaru. 1(1), 1–10.

- Nurani, S. A, et.al.2020. "Analisis pendekatan Marketing Public Relations dalam Pengembangan Promosi Pariwisata di Kota Bogor". *Jurnal Penelitian Sosial dan Ilmu Komunikasi*. Vol. 4, No. 2, 148–156.
- Nurulwaasi, M. M. 2017. *Analisis Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata (Studi pada Pariwisata Kabupaten Pesawaran)*. Universitas Lampung.
- Pamungkas, A.2023. "Narasi dan Representasi Kearifan Lokal dalam Video Promosi Pariwisata The Heartbeat Of Toba". *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol. 8 No. 3, 278–297. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v8i3.5624>
- Pratama, A. M., & Islam, M. A.2022. "Perancangan Video Cinematic Menampilkan Keunikan Destinasi Pariwisata Bukit Brakseng Kota Batu". *Barik*, Vol. 4 No. 1. www.aging-us.com
- Purwowidhu, C. 2023. "*Kian Melesat di 2023, Pariwisata Indonesia Bersiap Menuju Level Prapandemi*". (Online) dalam Media Keuangan, Kementerian Keuangan. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kian-melesat-di-2023-pariwisata-indonesia-bersiap-menuju-level-prapandemi#:~:text=Seiring antusiasme sektor pariwisata pada,07-5%2C95 miliar.>
- Larasati, P. K, et.al.2021. "Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital". *SANDI: Seminar Nasional Desain*, Vol. 1, 1–8. <https://e proceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/download/102/89>
- Raco, J.2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rahayu, A. 2023. "*Konten Video Online Paling Banyak Diakses Masyarakat Indonesia 2023*". (Online) dalam GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/konten-video-online-paling-banyak-diakses-masyarakat-indonesia-2023-ojxSE>
- Ramadhan, M. I., Yusiana, R.2023. "Perancangan Strategi Promosi Pada Media Sosial Instagram Chili Mexican Food Dengan Metode Aisas Tahun 2023". *e- Proceeding of Applied Science*. Vol. 9, No. 6.
- Rizaldi, A. R, et.al.2021. *Desa Wisata*. Makassar: Tohar Media.
- Santi, V. P., & Kumoratih, D.2022. "Perancangan Video Promosi untuk Brand De Jawa". *Jurnal Desain – Kajian Penelitian Bidang Desain*, Vol. 2, No. 2, 270–278. www.bkpm.go.id
- Saputra, A. D., & Tumimomor, A. Y.2017. "Perancangan Video Promosi Wisata Eling Bening Ambarawa Menggunakan Teknik Cinematic". 7823–7830. <http://repository.uksw.edu/handle/123456789/13922>

- Satria, E.2018. "Analisa Strategi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Kerinci". *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 9, No. 1, 53. <https://doi.org/10.33087/eksis.v9i1.133>
- Setiawan, A., & Hasanah, U.2020. "Pembuatan Short Cinematic Film dengan Memanfaatkan Teknik 3D Motion Tracking Sebagai Media Promosi Desa Wisata Buwun Sejati". *Indonesian Journal of Engineering*, Vol. 1, No. 6, 32–45.
- Sinulingga, S, et.al.2020. "Pembuatan Film Wisata Sebagai Media Promosi Pariwisata di Desa Rumah Galuh Kabupaten Langkat". *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, Vol. 6, 350. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v06.i02.p06>
- Statistik, B. P.2023. "Perkembangan Pariwisata September 2023". (Online) dalam *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/11/01/2047/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-september-2023-tumbuh-52-76-persen-bila-dibandingkan-bulan-yang-sama-pada-tahun-lalu.html>
- Sugiyama, K., & Andree.2010. *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. McGraw-Hill.
- Suherman, Y, et.al.2021. "Pembuatan Video Cinematic Promosi pada Perumahan Grand Mutiara Village". *Manajemen Dan Sistem Informasi*, Vol. 1, No. 2, 10–11.
- Suprayogi, A. 2019. *Perancangan Video Sebagai Media Promosi Pantai Sendiki, Pantai Selok dan Pantai Tamban di Kabupaten Malang Selatan dengan Konsep Adventure Cinematic Melalui Pendekatan Emosional*. Skripsi Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Wisnu, W., & Hapsari, P. D.2016. "Analisis AISAS model terhadap product placement dalam film Indonesia studi kasus: Brand kuliner di film Ada Apa Dengan Cinta 2". *Jurnal Rekam*, Vol. 12, No. 2, 69–81. <http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewFile/1424/294>
- Yonatan, A. Z.2023. "Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023". (Online) dalam *GoodStats*. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>
- Zaenal, A. Z, et.al.2020. "Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth sebagai Strategi Promosi Pariwisata". *Tata Kelola*, Vol. 7, No. 1, 62–77. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i1.98>
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L.2019. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Library Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @koperjas)". *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 7, No.2, 21–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>