

## DAFTAR PUSTAKA

- Aan, A., Kertiasih, N. K., Kertiasih, N. K., Budhayasa, I. P., & Budhayasa, I. P. (2017). Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 6(2), 238–247. <https://doi.org/10.23887/jstundiksha.v6i2.10705>
- Achjari, D. (2000). Pemanfaatan Internet untuk Riset dan Implikasi terhadap Riset Akuntansi. *Journal of Indonesian Economy and Business (JIEB)*, 15(2), 257–267. <https://journal.ugm.ac.id/jieb/article/view/39299>
- Akbar, M. R., & Maulana, A. (2022). Perancangan Company Profile Arh Construction Group. *Jurnal Desain Komunikatif Kreatif*, 4(2), 51–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.56>
- Astrida, D. N., Firdauzi, A. A., Al Farizi, A., & Saputra, W. Y. (2024). Pelatihan Teknik Storytelling Animasi dalam Pembuatan Cerita dan Visualisasi Produk Sebagai Dasar Pemasaran Digital Bagi Siswa SMK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 237–243. <https://doi.org/10.55824/jpm.v3i4.422>
- Bowen, C. (2013). *Grammar of the Shot*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780240526096>
- Butarbutar, R. R. (2021). Ekowisata dalam perpektif Ekologi dan Konservasi. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Cenadi, C. S. (1999). Corporate Identity sejarah dan aplikasinya. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 1(2), 71–78. <https://doi.org/10.9744/nirmana.1.2>
- Efendi, E., Sagala, R. S. A., & Tanjung, S. R. (2023). Kinerja Pra Produksi, Proses Produksi, Pasca Produksi Siaran Radio Dakwah Islam. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1023–1032. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.3033>
- Elnatan Avidia Hartanto, Anthony Y.M Tumimomor. (2024). Strategi Kreatif Menarik Wisatawan Dengan Visualisasi Potensi Desa Wisata Melalui Video

- Promosi. *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 03, 129-146.
- Fitriani, F., Fatih, C., Trisnanto, T. B., & Mutaqin, Z. (2021). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Sekitar Kawasan Hutan Lindung Reg. 20 Kabupaten Pesawaran, Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 21(2), 147–157. <https://doi.org/10.25181/jppt.v21i2.2089>
- Forestwise Company Profile* (2022). [Motion Picture]. <https://www.youtube.com/watch?v=D5KF21UVwzs>
- Gautama, N. M., Santosa, H., & Swandi, I. W. (2019). Pemanfaatan Warna Pada Poster Buku Cerita Bergambar Sejarah Pura Pulaki. *Jurnal Desain*, 7(1), 71–84. <https://doi.org/10.30998/jd.v7i01.3833>
- Hakim, A. A., & Ramadhan, A. (2020). Perancangan Video Infografis Siklus Hidup Nyamuk Demam Berdarah dan Cara Pencegahannya. *ANDHARUPA J Desain Komun Vis Multimed*, 6(1), 83–99. <https://doi.org/0000-0003-1331-321X>
- Hakim, A., Ekasari, M. Y., Tiara, T., Fahmi, M. S., Liramadani, L., Khalifah, N., & Abu, A. (2024). Peran Hutan Ranjuri Dalam Pelestarian Ekosistem dan Mitigasi Bencana di Desa Beka Kabupaten Sigi Sulawesi Tengah. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 2678–2682. <https://doi.org/10.59837/scaecc26>
- Kusumohendrarto, R. H., & Fitri, N. D. (2021). Perancangan Video Destinasi Wisata Kulon Progo Sebagai Pembentuk City Branding Daerah. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(1), 131–149. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4140>
- Madina, A., & Santoso, E. B. (2019). Peningkatan Resiliensi Ekonomi Masyarakat Berdasarkan Tingkat Kerugian Ekonomi di Kawasan Terdampak Kali Lamong Kabupaten Gresik. *Jurnal Penataan Ruang*, 14, 1-5.
- Makbul, M. (2021). Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. <https://osf.io/npkfz/>
- Mališević, M. (2024). *Copywriting as a creativity tool in marketing* [University of Sarajevo]. <http://ebiblioteka.efsa.unsa.ba/xmlui/handle/EFSA/726>

- Margono, M., Priyo, P., & Haq, A. L. A. (2021). The sister village program: Evaluation of refugee camp in Deyangan Village, Magelang District in Merapi Preparedness. *Proceedings of the 2nd Borobudur International Symposium on Humanities and Social Sciences, BIS-HSS 2020, 18 November 2020, Magelang, Central Java, Indonesia*.  
<https://doi.org/10.4108/eai.18-11-2020.2311720>
- Nguyen, T. P. A. (2021). *Storytelling and Visual Art in Advertising An approach towards creative and impactful advertising content* [LAB University of Applied Sciences]. <https://www.theseus.fi/handle/10024/487077>
- Nurosyid, F., Imanuel, M., Patria, A. A., Annas, A., Awalumuttaqin, I. H., Sari, L. K., Fadhilah, M. A. F. N., Yusa, R. R. P., Kusumaningrum, R. N., & Safira, S. B. (2022). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia, 1*(3), 215–221.  
<https://doi.org/10.59025/js.v1i3.48>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common, 3*(1), 71–80.  
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>
- Ridwan, R. S., Al-Aqsha, I., & Rahmadini, G. (2021). Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Video dalam Penyampaian Konten Pembelajaran. *Inovasi Kurikulum, 18*(1), 38–53. <https://doi.org/10.17509/jik.v18i1.37653>
- 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)
- Sazan, D., Yusoff, M. Z. N. M., & Karimon, J. (2023). Analisis Poster Iklan Nescafe Terpilih: Satu Penelitian Komunikasi Visual. *Pendeta, 14*(2), 121–130.  
<https://doi.org/10.37134/pendeta.vol14.2.10.2023>
- Servaes, J., & Malikhao, P. (2005). Participatory communication: The new

- paradigm. *Media & Global Change*, 91–103.  
<https://bibliotecarepositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/12590/1/09Chapter5.pdf>
- Shadrina, A. N., Zaim, S. R., & Arimurti, F. (2023). Manajemen Produksi Film Pendek Keling: Dari Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. *Jurnal Audiens*, 4(2), 320–330. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.36>
- Sunarno, S., & Sulistyowati, E. (2021). Resiliensi komunitas di tengah pandemi Covid-19. *Mediapsi*, 7(1), 37–52. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.01.5>
- Sunarya, L., Apryllia, P., & Isnaini, S. (2016). Design Video Profile Based Multimedia Audio Visual and Broadcasting As a Media Promotion. *CCIT Journal*, 9(3), 318–327. <https://doi.org/10.33050/ccit.v9i3.467>
- Swarnawati, A. (2018). Participatory communications in the strengthening community-based forest and watershed management program (scbfwm) on Dieng plateau. *Proceedings of The International Conference on Social Sciences (ICSS)*, 467–475. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/icoss/article/view/2355>
- Tritama, H. B., & Tarigan, R. E. (2016). The effect of social media to the brand awareness of a product of a company. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.21512/commit.v10i1.1667>
- Triyono, A., Satria, C. Y., Indriyani, H., Afif, M., Adham, R., Desain, P., Visual, K., Komunikasi, P. I., & Nuswantoro, U. D. (2024). Perancangan visual branding desa wisata sitalang dalam membentuk identitas destinasi berbasis ekowisata. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 10(3), 464–477. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i03.11372>