

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana. *E-Journal Untar*, 3(2), 408–415. www.idx.co.id
- Arini, K. A., & Wibisono, N. (2022). Perancangan Video Promosi sebagai Upaya untuk Meningkatkan Brand Awareness Romantic Garden Pinus di Instagram. *IRWNS*, 972–976.
- Badan Pusat Statistik. (2025, February 3). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan (Perjalanan) 2024*. BPS.
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations Eleventh Edition* (11th ed.). Pearson Education.
- Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *VIDEO PROMOSI* (N. F. S, Ed.). Badan Penerbit UNM.
- Dewi, R. S., Amri, A., & Winda. (2022). Dukungan Video Marketing Promotion dan Brand Awareness di PT. Duta Swarna Dwipa. *Jurnal Bima*, 03(01), 26–33.
- Faerrosa, Lady, & Pratama, A. A. (2025). *Pembuatan Video Promosi untuk Peningkatan Brand Image dan Brand Awareness*. 5(2), 505–512.
- Fatty, F., Nadjib, Muh., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas MakassarVidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–272.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori, dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hartanto, A. B., & Kholil, M. (2016). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran (Studi Kasus :pada perusahaan trading PT. PTG). *Jurnal Teknologi Industri - UNUGHA Cilacap*, 1(2).
- Kandau, M., & Munawaroh. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 547–554.
- Munadi, Y. (2008). *Media Pembelajaran Sebuah Pendekatan Baru*. Gaung Persada Press.

- Murizal, I. (2021). Pemanfaatan Media Internet Sebagai Sumber Belajar Pada Siswa SMA Negeri 1 Jarai Kabupaten Lahat. *DIADIK: Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 11(2), 227–236.
- Mustafa, N. R. (2017). *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar*.
- Permatasari, D., Februadi, A. C., & Gunawan, A. I. (2021). Proyek Meningkatkan Brand Awareness Forget Me Not Coffee Melalui Video Promosi di Instagram. *IRWNS*, 1144–1149.
- Pradekso, T., Widagdom, M. B., & Hapsari, M. (2013). *Materi Pokok Produksi Media (Ringkasan Modul 9)*.
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2024). *MENUJU DESTINASI WISATA DIGITAL Transformasi, Literasi, dan Inovasi* (Vol. 1). www.freepik.com
- Putra, I. G. N. A. B. (2017). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada UD. Kacang Sari Di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*, 9(2), 397–407.
- Putri, A., Harahap, M. K., Harahap, P. H. K., & Adelia, T. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Audio Visual Dalam Mengembangkan Minat Belajar Siswa di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 1(2), 64–69. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JUPBAS/index>
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 78–83. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>
- Razaq, A., & Ruly, B. (2003). *Belajar Singkat Cepat Mahir : Internet*. Indah.
- Salim, A. S., & Munzir. (2022). Peran Guru Pendidikan Jasmani Terhadap Pembelajaran Kepramukaan Di SMAN 1 Baitussalam Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36.

<https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>

- Sumantri, E., Iskandar Mulyana, D., Lestari, S., Maulana, I., Anggraeni, E., Tarunajaya, S., Tinggi, S., Komputer, I., & Karya Informatika, C. (n.d.). *Youtube sebagai Media Publikasi Berbasis Penyiaran Digital di Palang Merah Indonesia Jakarta Selatan*.
- Sundari, M., & Respatiningtias, D. S. (2020). Analisis Strategi Bersaing Dalam Peningkatan Jumlah Konsumen Pada Perusahaan Jasa Mengemudi Baruna Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(1), 210–217.
- Supada, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi. *Communicare : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 92–100.
- Wahid, A. (2023). *Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga*. Fatiha Media.
- Wahyudiyono, W. (2019). Implikasi Penggunaan Internet terhadap Partisipasi Sosial di Jawa Timur. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 63. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2487>
- Wardhana, B. S. (2016). Peningkatan Awareness dan Readership Koran Tribun Jawa Tengah Sebagai Project Manager. *Interaksi Online*, 4(4), 1–11.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Widarti, W. (2021). Peran Videographer dan Editor Dalam Mengembangkan Inex Works. *Jurnal Pariwisata*, 1(1), 23–28.
- Yonatan, A. Z. (2024, February 11). *10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024*. GoodStats.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Vol. 1). KENCANA.