

REFERENCE

- ADWI. (2024). Perbedaan klasifikasi desa wisata dalam ADWI. *Validnews*.
<https://validnews.id/kultura/perbedaan-klasifikasi-desa-wisata-dalam-adwi>
- Agila, G., & Arumugam, D. (2018). A study on effectiveness of promotional strategies at Prozone mall with reference to visual merchandising. *International Journal of Innovations in Scientific and Engineering Research*.
- Agus, N. F. (2022). Kajian pengembangan desa wisata di Provinsi Bengkulu. *Jurnal STIA Bengkulu: Committe to Administration for Education Quality*, 8(2), 89–98. <https://jurnal.stiabengkulu.ac.id/index.php/jsb/article/view/46>
- Akib, E. (2020). Pariwisata dalam tinjauan pendidikan: Studi menuju era revolusi industri. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1–8. <https://journal.poltekiparmakassar.ac.id/index.php/pusaka/article/view/19>
- Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). *Pengantar ilmu pariwisata (Sejarah, jenis, macam, dampak, dan istilah dalam pariwisata)*. Uwais Inspirasi Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=dpCWEAAAQBAJ>
- Antara, M., & Arida, G. (2015). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Baha, Kabupaten Badung. *Jurnal Kawistara*, 5(2), 117–126.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). New York.
- Astriyani, E., et al. (2016). Media video company profile sebagai sarana informasi dan promosi di PT. Surya Toto Indonesia Tbk. Kabupaten Tangerang.
- Azizah, S. N. (2024). Implementasi digital marketing sebagai strategi pemasaran industri pariwisata halal perspektif maqashid syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3(2), 122–135.
<https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/aiconomia/article/view/4791>
- Bawono, S. E., Sahria, Y., Widodo, T., Fara, T., Sudira, P., & Triyono, M. B. (2023). Desa Wisata Segajih smart marketing tourism. *Seminar Nasional Teknologi*

- Informasi dan Komunikasi STI&K (SeNTIK)*, 7(1), 171–184.
<https://doi.org/10.2581/seNTIK.v7i1.3446>
- Borg, W. R., & Gall, M. D. (1984). Educational research: An introduction. *British Journal of Educational Studies*, 32(3). <https://philpapers.org/rec/BORERA-2>
- Bwariat, M. A., Pelamonia, M., & Rehatta, G. (2022). Pengaruh pengembangan objek wisata Pantai Pasir Panjang terhadap pendapatan pelaku usaha di Desa Ngilngof Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1, 92–96. <https://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JAT/article/view/1278>
- Chandler, D. (2017). *Semiotics: The basics* (3rd ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315311050>
- Cintas, J. D. (2015). Subtitling. In *The Routledge handbook of translation studies*.
<https://doi.org/10.4324/9780203102893.ch20>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=335ZDwAAQBAJ>
- Desmira, D., Aribowo, D., & Purbohastuti, A. W. (2021). Video promosi wisata “Cikal Adventure” di Kecamatan Padarincang. *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 58–63.
- Effendy, H. (2014). *Mari membuat film*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Emzir. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada Pusat.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-dasar produksi televisi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Fowler, F. J. (2013). *Survey research methods*. Sage publications.
- Georgakopoulou, P. (2009). Subtitling for the DVD industry. Palgrave Macmillan.
https://doi.org/10.1057/9780230234581_2
- Hartanto, E. A., & Tumimomor, A. Y. (2024). Strategi kreatif menarik wisatawan dengan visualisasi potensi desa wisata melalui video promosi. *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 3(2), 129–146.
<https://ejournal.uksw.edu/itexplore/article/view/12274>

- Holmes, A. G. D. (2023). The design and use of questionnaires in educational research: A new (student) researcher guide. *Innovare Journal of Education*, 11(3), 1–5. <https://doi.org/10.22159/ijoe.2023v11i3.47599>
- Indonesia, R. (2009). *Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan*. Jakarta: Republik Indonesia.
- Kaur, G. (2017). The importance of digital marketing in the tourism industry. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(6), 72–77. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1000000>
- Khasanah, U., Pratama, C. D. Y., Firlita, F., & Saputra, K. S. (2024). Upaya meningkatkan promosi wisata melalui pembuatan media promosi digital di Kampung Wisata Ketandan. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(1), 71–78. <https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/7288>
- Kingsnorth, S. (2019). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page Publishers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuantitatif, P. P. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. <https://www.researchgate.net/profile/Hery-Purnomo/publication/377469385>
- Kurniawati, D. (2023). Digital marketing communication model for encouraging tourism visits in Langkat Regency, Indonesia. *Studies in Media and Communication*, 11(7), 67–76. <https://core.ac.uk/download/pdf/588139459.pdf>
- Leniawati, N., & Wijayanto, S. (2024). Klasifikasi desa wisata di Provinsi Jawa Tengah menggunakan algoritma C4.5. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 8(1), 171–184.
- Mahmud, A., Cahyati, W. H., Rengga, W. D. P., & Hartati, L. (2024). Penguatan branding Pasar Sawahan Desa Kalongan sebagai upaya mewujudkan sustainable ecotourism. *Madaniya*, 5(3), 1018–1027. <https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/884>

- Marlina, L., & Hidayati, N. (2023). Peran pariwisata berbasis industri dalam pengembangan bisnis di Indonesia. *Jurnal Riset Multidisiplin dan Inovasi Teknologi*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.59653/jimat.v1i01.163>
- Minanda, H., Ulya, B. N., & Hulfa, I. (2024). Analisis strategi pengembangan digital tourism sebagai promosi pariwisata di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 13(1), 115–122. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIH/article/view/3379>
- Morissan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. <https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ>
- Muslimin, N. (2018). *Bikin film, yuk*. Yogyakarta: Araska.
- Naibaho, N. A., & Harahap, N. (2023). Media digital dalam komunikasi pemasaran pariwisata Tigaras. *MITZAL: Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi*, 8(2), 79–93. <https://doi.org/10.32939/acm.v3i2.4791>
- Nisa, F. L. (2022). Pengembangan wisata halal di Jawa Timur dengan konsep smart tourism. *Ar Rehla*, 2(1), 13–26. <https://www.neliti.com/publications/407169>
- Nugroho, C. B. (2022). TA: Perancangan video promosi wisata sejarah sebagai upaya meningkatkan eksistensi Kampung Peneleh [Doctoral dissertation, Universitas Dinamika]. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6651>
- Nurany, F., Fitriawardhani, T., Fasya, D. I., Wahyuni, D., & Damianty, O. L. (2023). Eksplorasi potensi wisata heritage Kampung Peneleh sebagai daya tarik wisata. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper “Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2024”* (Vol. 9, No. 1, pp. 136–147). SGESI LPPM UWP.
- Panegak, M. S., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Perancangan video promosi Batik Desa Sendangduwur Kabupaten Lamongan. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 2(3), 229–242.
- Paat, W. R. L., Pardanus, R. H. W., Komansilan, T., & Simboh, J. A. (2022). Perancangan dan pembuatan video dokumenter pelestarian kebudayaan di

- Kota Tomohon. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 2(6), 815–827.
<https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/edutik/article/view/6309>
- Pitanatri, P. D. S. (2020). Sejarah perkembangan pariwisata dan definisi pariwisata. *Academia.edu*. <https://www.academia.edu/13824010>
- Prayogo, R. R., AB, S., & Si, M. (2018). *Perkembangan pariwisata dalam perspektif pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- Ratna, M. P., & Saputri, L. (2023). Pembuatan media promosi wisata di Desa Wisata Nongkosawit Gunungpati Semarang. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 19–25.
- Sanger, V. B., & Andrea, G. A. (2024). Analisis klasifikasi Desa Wisata Kampoeng Thengul sebagai destinasi wisata budaya. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 8(6).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sukardjo. (2005). *Evaluasi pembelajaran sains*. Yogyakarta: Program Pascasarjana (PPs) UNY.
- Suma, A. W. (2023). Analisis kategori desa wisata dan pengembangan Desa Wisata Tlogo Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo [Bachelor's thesis, FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74663>
- Suprpto, T. (2013). *Berkarier di bidang broadcasting*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Suprastayasa, I. G. N. A., Adyatma, P., & Tirtawati, N. M. (2022). *Desa wisata: Membangun desa dengan pariwisata*. LP3M Poltekpar Bali.
<https://p3m.ppb.ac.id/wp-content/uploads/2023/03/BUKU-Membangun-Desa-Dengan-pariwisata.pdf>
- Supriyadi, E. A., & Nihayati, L. (2023). Analisis bibliometrik pada pengembangan desa wisata. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 4(1), 11–22.
<http://jkpbp.ppi.unp.ac.id/index.php/JKPBp/article/view/615>

- Taherdoost, H. (2019). What is the best response scale for survey and questionnaire design: Review of different lengths of rating scale/attitude scale/Likert scale. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 8.
- Talalu, T. R., Putri, C. F. I. L. D., & Mokodompit, I. V. (2021). Digital marketing: Metode utama komunikasi pemasaran atraksi wisata badan usaha milik desa (BUMDes). *ETTISAL: Journal of Communication*, 6(2), 215–224.
- Talaván, N., & Rodríguez-Arancón, P. (2014). The use of interlingual subtitling to improve listening comprehension skills in advanced EFL students. In *Subtitling and Intercultural Communication. European Languages and Beyond* (pp. 273–288).
- Tarodinarta, F., & Briandana, R. (2021). Strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Banten terhadap KEK Tanjung Lesung dalam meningkatkan kembali kunjungan wisatawan pasca tsunami. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 10(2), 114–130.
- Teixeira, J. E. M. (2017). The role of promotional touristic videos in the creation of visit intent to Barcelona. *International Journal of Scientific Management and Tourism*. <http://www.josmt.com/index.php/josmt/article/view/209/198>
- Tureac, C. E., & Turtureanu, A. (2010). Types and forms of tourism. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 4(1).
- Usman, R. (2025). Perancangan video dokumenter wisata sejarah Sawahlunto dalam bentuk ekspositori. *Jurnal Sains Informatika Terapan*, 4(1), 36–41.
- Utomo, S. B. (2023). Pemanfaatan digital marketing dalam memperkenalkan kawasan wisata Jalan Tunjungan di Surabaya. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 449–458.
<https://www.indo-intellectual.id/ifi/article/view/284>
- Wahyuni, S., Wibowo, S., & Yulianti, F. (2023). Pengembangan desa wisata melalui digitalisasi media promosi di Desa Nongkosawit, Kec. Gunungpati, Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(4), 1023–1030.
<https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/5530>

- Warsihna, J. (2009). *Pembuatan media video*. Jakarta: Pendidikan Nasional.
- Website Resmi Desa Kalongan. (2024). Profil Desa Kalongan.
<https://desakalongan.com/official/profil-des/>
- Yarmuji. (2019). Pasar Sawahan Kalongan digelar dua kali sebulan. *Pemerintah Kabupaten Semarang*. <https://main.semarangkab.go.id/pasar-sawahan-kalongan-digelar-dua-kali-sebulan/>
- Zulfiningrum, R. (2021). Aksi sosial pengembangan desa wisata di Kabupaten Brebes untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 89–106.