

REFERENCES

- 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*.
- Andika, F. (2023). Manajemen produksi film pendek Keling: Dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. *Jurnal Audiens*, 4(2).
- Arifin, Z. (2011). *Penelitian pendidikan: Metode dan paradigma baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- ArtodiPro. (2023, October 13). *Belajar videografi "TYPE OF SHOT" untuk pemula..!!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=V2QpKo1LLJI>
- Astriyani, E., et al. (2016). Media video company profile sebagai sarana informasi dan promosi di PT. Surya Toto Indonesia Tbk. Kabupaten Tangerang.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang. (2026, Februari 10). Perkembangan pariwisata Kabupaten Semarang Desember 2025. <https://semarangkab.bps.go.id/id/pressrelease/2026/02/10/407/perkembangan-pariwisata-kabupaten-semarang-desember-2025.html>
- Bahasa Asing Terapan SV Undip. (2024). *JALAN NOSTALGIA* [Film]. https://www.youtube.com/watch?v=_CpY3V3EfIQ
- Bakti, S., & Marpaung, D. (2024). Short video marketing: Strategies for increasing tourism in Indonesia. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3). <https://journal.laaroiba.com/index.php/reslaj/article/view/6266>
- Balqist, A., Prasetyo, B., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh tekanan kerja terhadap kinerja karyawan pada perusahaan jasa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 123–135.

- Batterton, K. A. (2017). The Likert scale: What it is and how to use it. *Phalanx*, 50(2), 32–30. <http://www.jstor.org/stable/26296382>
- Bogucki. (2016). *Audiovisual translation*. Palgrave Macmillan.
- Budiarto, S. (2011). *Pemasaran industri*. Jakarta: Gramedia.
- Caniago, A., & Hero, E. (2022). Fenomena mengunggah film pendek di media sosial pada mahasiswa komunikasi Universitas Islam Riau. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 24–35.
- Content Marketing Institute. (2025). Insiders reveal the strategies behind award-winning content. *Content Marketing Strategy*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. https://books.google.com/books?id=4uB76IC_pOQC
- Damayanti, I. P., & Wibisono, G. (2018). Teknik penerjemahan subtitle pada film Detective Chinatown 2. *Jurnal Bahasa Mandarin*, 5(1), 45–53.
- Delabastita, D. (1989). Translation and mass-communication: Film- and T.V.-translation as evidence of cultural dynamics. *International Journal of Translation*, 35(4), 193–218.
- Diany, F. R. (2025). Pengaruh konten storytelling terhadap minat audiens pada media digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 12(1), 67–78.
- Díaz-Cintas, J., & Remael, A. (2014). *Audiovisual translation: Subtitling*. Routledge.
- Díaz-Cintas, J., & Remael, A. (2021). *Subtitling: Concepts and practices*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003002772>
- Effendy, H. (2014). *Mari membuat film*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

- Effendy, O. U. (1986). *Dimensi-dimensi komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Elvaretta, V., & Ahmad, A. (2021). Perancangan film pendek yang berjudul “Ask Myself”. *Sense: Journal of Film and Television Studies*, 4(2), 202–221.
- Feblyania, A., Nursanti, S., & Lubis Mardiani, F. (2022). Media sosial Instagram sebagai tempat untuk personal branding seorang selebgram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(22), 147–155. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7323202>
- Fadilah, F. (2025). Strategi personal branding Budiono Sukses sebagai food vlogger dalam memperkuat brand image (Studi kasus pada akun YouTube Budiono Sukses). 09.
- Gulo, S., & Pranoto. (2025). Digital promotion strategy analysis in developing Bukit Cinta Rawa Pening tourist destination: A perspective of managers and business actors. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 5(3). <https://doi.org/10.38142/jtep.v5i3.1339>
- Hamdani, A. (2016). Strategi komunikasi pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara melalui film Erau Kota Raja dalam promosi pariwisata. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 320–332.
- Haren, S. M. (2020). Model manajemen produksi film pendek cerita masa tua. *Jurnal Audiens*, 1(1), 107–112. <https://doi.org/10.18196/ja.11013>
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran destinasi pariwisata* (1st ed.). Alfabeta.
- Isnaini, P. R. (2018). Minat kunjung ulang (Survei pada pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu yang termasuk dalam kategori generasi millennial). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(2), 122–129.
- Javandalasta, P. (2021). *5 hari mahir bikin film*. Batik Publisher. https://play.google.com/store/books/details/Panca_Javandalasta_5_Hari_Mahir_Bikin_Film?id=SqQIEAAQBAJ

- Laksami. (2022). Crow-stepped gable. *Designing Buildings Wiki*.
https://www.designingbuildings.co.uk/wiki/Crow-stepped_gable
- Larasati, D., Putra, A., & Kurniawan, H. (2023). Pengaruh lingkungan kerja terhadap stres kerja karyawan di sektor industri. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 8(2), 89–102.
- Larasati, N., & Prajogo, W. (2022). The relationship of toxic workplace environment, job stress, employee life satisfaction and productivity with gender and tenure as moderating. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 6(3).
<https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i3.6391>
- Mahirohqudsi, N., Rahman, F., & Sari, M. (2024). Pengaruh emotional storytelling terhadap engagement audiens di media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(1), 15–27.
- Mantovani, R. (Director). (2012). *5 cm* [Film]. Soraya Intercine Films.
- Mollanazar, H., Nasrollahi, Z., & Allameh. (2017). *Audiovisual translation – Research and use*. Peter Lang.
- Noercahyo, D., Maulana, I., & Arryadianta, A. (2019). Sebuah karya film pendek “Kasih Sayang”. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1), 29–43.
- Nurmala, S., & Arafat, A. (2024). Sistem pertahanan berlapis Benteng Willem I Ambarawa. *JANUS*, 2(1), 27–45.
- Paniradya Kaistimewan (Director). (2024). *FILM PENDEK – MERINDU di JOGJA* [Film]. <https://youtu.be/AIrFjmibLE4?si=ZpQ0OAAytKIK4jbe>
- Pratiwi, N., & Salim, A. (2025). Pengaruh job demand terhadap toxic workplace pada karyawan generasi muda. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 9(1), 34–46.

- Prayogi, M. (2023). Kajian potensi wisata Rawa Pening terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat Kecamatan Ambarawa Kabupaten Semarang. *Majalah Pembelajaran Geografi*.
- Putri, N. A., & Rahmawati, D. (2021). Pengaruh storytelling terhadap emotional engagement pada media digital. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 101–112.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476.
- Rahma, R. A., Sari, L. M., & Nugraha, D. (2024). Penelusuran preferensi subtitle di kalangan mahasiswa: Studi pada pengalaman menonton film. *Jurnal Kajian Media dan Budaya*, 7(1), 55–68.
- Retnowati, R., Suryanto, H., Purwanto, P., Haryanto, J. O., & Widyanto, H. A. (2020). Economic and tourism empowerment of Rawa Pening supported by local culture and wisdom (A study on Rawa Pening, Ambarawa). In *Journal of International Conference Proceedings* (Vol. 3, No. 1, pp. 221–230). Association of International Business and Professional Management.
- Sabila, N. (2019). *Pengantar belajar digital marketing*. Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang.
- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2020). Pengaruh media audiovisual terhadap minat kunjungan wisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 14(1), 22–30.
- Septiana, R., & Sholihah, N. (2025). Peran storytelling dalam meningkatkan engagement konten digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 11(1), 40–52.
- Singh, R., & Mehraj, N. (2018). Destination brand experience and its relationship with tourists satisfaction and intention to recommend: A conceptual model. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1–13.

- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2020). Penerapan angle camera dalam videografi jurnalistik sebagai penyampai berita di Metro TV biro Medan. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 137–150.
- Solehudin, Z., & Widodo, T. (2021). Pengaruh social media marketing activities terhadap customer response melalui mediasi brand equity pada e-wallet. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sukardjo. (2005). *Evaluasi pembelajaran sains*. Yogyakarta: Program Pascasarjana (PPs) Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sunarya, L., Septiani, M. I., & Setiawan, A. (2022). Media video sebagai sarana informasi pada Direktorat Jenderal Hak Asasi Manusia. *Technomedia Journal*, 7(1), 53–67.
- Suprpto, T. (2013). *Berkarier di bidang broadcasting*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- 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>
- Wardana, L. M. A., Suryanto, A., & Mahendra, T. (2025). Video promosi sinematik untuk eksplorasi daya tarik Goa Lawah: Studi visual dan respons audiens. *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 5(3). <https://jurnalp4i.com/index.php/knowledge/article/view/6813>
- Warsihna, J. (2009). *Pembuatan media video*. Jakarta: Pendidikan Nasional.
- Website Resmi Desa Kalongan. (2024). *Profil Desa Kalongan*.

Widadijo, W. T., & Therry. (2024). Perancangan motion comic sebagai media promosi wisata sejarah Kota Lama Semarang. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(2). <https://doi.org/10.37505/aksa.v7i2.106>