

REFERENCES

- Achiel, N. S., & Taufik, M. (2022). *Buku Wisata Kuliner* (Putri Esya Gustia (ed.)). PT INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Ardan, F. (2021). *Pengertian, Jenis-Jenis, serta Fungsi Media*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/humaniora/451206/pengertian-jenis-jenis-serta-fungsi-media>
- Bonita, N. (2016). Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Labuan Cermin di Kabupaten Berau. *E-Journal Ilmu Pemerintahan*, 4(4), 1499–1510.
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). *Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang*. 9, 159–175. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v9i4.28998>
- Dhany, A. U., & Manesah, D. (2024). *Penerapan Teknik Objektive Camera Angle Dalam Membangkitkan Dramatis Film “ Pulang .”* 1(1). <https://doi.org/10.62383/abstrak.v1i1.50>
- Elvaretta, V., & Ahmad, A. (2021). *Perancangan Film Pendek yang Berjudul “Ask Myself.”* 4(2).
- Fauzan, A. (2019). *Penggunaan Media Youtube dan Sikap Pengguna Media Youtube (Studi Deskriptif Penggunaan Media Youtube dan Sikap Pengguna Media Youtube dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)*. 6(3), 247–254.
- Fernandes, F. (2021). *Teknik Pengambilan Video Cinematography Wedding Berkualitas di RG Moteret Payakumbuh* (Issue 4985).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August). CV. Penerbit Qiara Media.

- Fitriyani, N. (2025). *Peran Wisata Kuliner Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Destinasi Pariwisata Demak*. 3, 484–493. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i1.3739>
- Glossary of Tourism Terms*. (2025). UN Tourism. <https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms>
- Harmoko, S. (2025). *Tourism Competencies in Action A Global Perspective with Indonesian Insights* (W. Yuliani (ed.)). Lingkar Edukasi Indonesia.
- Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). Wine Tourism and Gastronomy. In *Wine and Tourism: A Strategic Segment for Sustainable Economic Development*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-18857-7_12
- Ihsan, M., & Baso, H. M. (2023). *Implementasi Strategi Promosi Above The Line (ATL), Below The Line (BTL), dan Through The Line (TTL) Pada UMKM Di Kota Makassar*. 3, 1156–1168.
- Ihsannudin, S., & Liliana, D. (2023). *Efektivitas Media Sosial YouTube Sebagai Sumber Informasi Wisata Kuliner Jakarta bagi Wisatawan*. 17(1978), 1133–1142.
- Johan, J. R., Iriani, T., & Maulana, A. (2023). *Penerapan Model Four-D dalam Pengembangan Media Video Keterampilan Mengajar Kelompok Kecil dan Perorangan*. 01(06), 372–378.
- Karwandi, Roihan, A., & Qurotul Aini. (2015). *Prinsip Dasar Pengambilan Gambar dalam Kamera*. 67–76.
- Kurniawan, B. (2022). *Fakultas desain dan industri kreatif universitas dinamika 2022*.
- Latifah, S. D. D. (2023). *Penyusunan Konten Video Promosi Wisata Kuliner sebagai Saran Pengembangan Wisata di Pasar Gede Solo dalam Bahasa Jepang*. Universitas Diponegoro.

- Mahonny, M. (2024). Gastronomi Kuliner Peranakan di Kawasan Nagoya, Batam. *Open Journal Systems*, 18(1978), 1829–1838.
- Maria, A. D., & Harsanto, A. (2023). Traditional Food Glewo Rice As An Authentic Icon Of Semarang. *International Conference On Digital Advanced Tourism Management And Technology*, 1(2), 102–110. <https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i2.26>
- Marshush, U. H., & Hilmansyah, H. (2024). Analisis Interaksi Transportasi dan Kondisi Ekonomi Kota Semarang dengan Kabupaten Sekitarnya. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 4(2), 169–176. <https://doi.org/10.29313/jrpwk.v4i2.5456>
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata*, 1(1), 50–56. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.553>
- Noviyanti, R. D., Setiawan, T. A., & Setyawan, M. (2017). Perancangan Video Promosi Wisata Kuliner Kota Semarang Dalam Program “Ayo Wisata Ke Semarang”. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 9(1), 30–43.
- Nugraheni, K. S., & Wijoyo, T. A. (2021). Analisis Motivasi Pecinta Kuliner Makanan Tradisional di Kota Semarang. 6(1), 58–67. <https://doi.org/10.26905/jpp.v6i1.4882>
- Pham, Q. C., Management, Q., & Study, A. (2013). *Tourism Promotion Video Production*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). 3. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putra, M. H., WH, P., & Yudani, H. D. (2015). Perancangan Video Promosi Street Food Semarang Untuk Mendukung Pariwisata Di Kota Semarang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(6).

- Putri, O. S., & Ardoni. (2019). *Proses Pembuatan Direktori Berbentuk Video Wisata Alam*. *September*, 326–332.
- Rahma, N. (2017). *Faktor Penentu Minat Wisatawan Terhadap Makanan Lokal Kota Semarang*.
- Rahma, N., Ajie, H., & Fauziastuti, V. T. (2025). *Pengembangan Video Pembelajaran Animasi Untuk Meningkatkan Pemahaman Materi Desain Grafis Di SMK Negeri 1 Jakarta Dengan Model Four-D Universitas Negeri Jakarta Kampus Jakarta , Indonesia Development of Animated Learning Videos to Improve Understanding of G*. 5(9), 2698–2705.
<https://doi.org/10.52436/1.jpti.1042>
- Rahman, B. (2023). *The Potential of Traditional Food as Culinary Tourism Attraction in Karo District*. 3(1), 47–52.
<https://doi.org/10.36983/tehbmj.v3i1.449>
- Ridwan, M., & Aini, W. (2020). *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Wisata*. Deepublish.
- Rifai, D., Astriyani, E., & Indria, U. (2018). *Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT . Daiichi Elevator Indonesia*. 3(1).
- Rochmawati, N., Nailah, & Oktariadi, I. (2013). *Penelusuran Jejak Makanan Khas Semarang Sebagai Aset Inventarisasi dan Promosi Wisata Kuliner Jawa Tengah*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Undip*, 1(1), 7–11.
- Safitri, R. D. E., Nugroho, A. B., Fauziyah, I. N., Putri, B. C., Purnomo, A. H., Umam, S., & Bashori, M. (2024). *Roti Ganjel Rel: Mengungkap Cerita dan Eksistensi dari Warisan Makanan Khas Kota Semarang*. *Jurnal Kajian Kebudayaan*, 19(1), 56–58.
<https://doi.org/10.14710/sabda.19.1.55-75>

- Sahabudin, A. (2021). *Local Culinary Entrepreneurship as the Development of Regional Gastronomy in Urban Tourism*. 1229–1250. <https://doi.org/10.37250/newkiki.v5i3.123>
- Sajarah, N., & Imanto, T. (2026). Peran Audio Visual Sebagai Media Promodi Kuliner. *Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 4(1), 181–189.
- Salsabila, A. H., Iriani, T., & Handoyo, S. S. (2023). *Penerapan Model 4D Dalam Pengembangan Video Pembelajaran Pada Keterampilan Mengelola Kelas*. 01(08), 495–505.
- Saputra, V. A. D., Christiawan, O., & Nugroho, S. P. (2021). *Analisis Makanan Tradisional Gudeg sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Yogyakarta*. 1(1).
- Sugihartati, R., & Yuliana, T. I. (2019). *Alih Bahasa Indonesia Inggris dalam Film sebagai Proses Kreatif*. November, 340–347. <https://doi.org/10.30998/simponi.v0i0.461>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sumastuti, E., Prabowo, H., & Violinda, Q. (2021). Pengembangan Wisata Kota Semarang. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 30–38. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.8889>
- Surya, Siregar, Y. S., & Nur Wulan. (2023). *Perancangan Film Animasi Pendek Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Rudang Hotel and Resort)*. 2(2), 155–162. <https://jurnal.unity-academy.sch.id/index.php/jirsi/index>
- Tafani, & Kamaludin, A. (2023). *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Perpustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*. 9(1), 258–271.
- Taherdoost, H. (2021). *Data Collection Methods and Tools for Research ; Technique for Academic and Business Research*. 10(1), 10–38.

Utami, C. R., & Widyasputri, V. T. A. (2023). Evaluasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Objek Wisata Kota Semarang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 4994–5007.

Wirawan, P. E., & Octaviany, V. (2022). *Pengantar Pariwisata*. NILACAKRA.