

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, A., Permana, J., Kertiasih, N. K., & Budhayasa, I. P. (2017). VIDEO PROFIL SEBAGAI SARANA PROMOSI EFEKTIF DALAM MENUNJANG EKSISTENSI PROGRAM STUDI MANAJEMEN INFORMATIKA. *Jurnal Sains dan Teknologi* |, 6(2).
- Abrianti, A., & Ibrahim. (2017). PROMOTING PT. ANEKA INDO MAKMUR AND ITS PRODUCTS USING A COMPANY PROFILE VIDEO. *Journal of Language, Literature, and Teaching*, 5, 121–131. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/katakita.5.1.21-27>
- Agmasari, S. (2021, Agustus 11). *Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia*. Kompas. <https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia>
- Ainurrofiquin, M. (2024). *STORYBRAND* (J. J. D. Putri & R. Rifandi, Ed.). Anak Hebat Indonesia.
- Akbar, R., Nurdiansyah, P., Karina, N., Muflihussalam, H., Hidayat, T., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Yapari, P. (2023). ANALISIS POTENSI DAYA TARIK WISATA KULINER SUDIRMAN STREET BANDUNG (ANALYSIS OF POTENTIAL CULINARY ATTRACTIONS SUDIRMAN STREET BANDUNG). *Jurnal STIEPAR*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32659/jmp.v2i1.258>
- Asyam, M., Karimah, K. El, & Saputra, S. J. (2024). ANIMASI STORYTELLING SEBAGAI STRATEGI EDUKASI KESEHATAN: SCRIPTWRITING DENGAN TEKNIK STORYTELLING DALAM PRODUKSI VIDEO ANIMASI “SEMBARANGAN BELI OBAT? WASPADALAH!” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.6578/triwikrama.v5i6.7030>
- Billah, tashim, & Dwi Rohmadiani, L. (2021). ANALISIS KAWASAN CAGAR BUDAYA SEBAGAI POTENSI WISATA HERITAGE KABUPATEN SUMENEP. *Jurnal Plano Buana*, 2(1).
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). PENGARUH IDENTITAS MEREK, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PADA

- KONSUMEN SEPATU NIKE DI JAKARTA. *Jurnal Manajemen*, 11(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.46806/jm.v11i2.xxx>
- Chiu, H. C., Hsieh, Y. C., & Kuo, Y. C. (2012). How to Align your Brand Stories with Your Products. *Journal of Retailing*, 88(2), 262–275.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2012.02.001>
- Cikal, A., Madya, K. P., & Darwinsyah, M. (2024). Peran Penulis Naskah Dalam Pembuatan Program Feature Kuliner “Rasa Nusantara” Edisi Warung Mjs. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(3), 122–138. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i2.3710>
- Darmawan, A., & Ridwan, I. M. (2023). FENOMENA VIDEO VERTIKAL DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT. *Journal Ars University*, 4(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.51977/wacadesain.v4i1.1184>
- Datubara, B. M., & Irwansyah, I. (2019). Instagram TV: Konvergensi Penyiaran Digital dan Media Sosial. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2).
<https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.4778>
- Dyah Riyani, K., Nurrahmi, D. K., & Janu Haryono Akademi Komunikasi Radya Binatama Jl Laksda Adisucipto No, A. (2024). PENULISAN NASKAH DENGAN TEKNIK KRONOLOGIS DALAM PRODUKSI FEATURE “NUSANTARA: THE CULTURE OF KAMPUNG HINDU YOGYAKARTA.” *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, Vol. 8 No. 2 (2024): APRIL.
- Evanne, L., & Nurambulani. (2019). PERANCANGAN VIDEO PROFILE DI NAYAKA JAPAN COURSE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI. *Jurnal Inovasi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/jurnalinovasi.v11i2.697>
- Faharuddin, A. (2024). *LITERASI MEDIA DIGITAL DI INDONESIA* (M. A. Fauzi, Ed.; 1 ed.). CV. Cermindo Utama. <https://www.researchgate.net/publication/384396464>
- Fahira, A., & Nindya, E. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN FITUR REELS PADA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KEDAI KOPI TMLST (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @tmlstcollectivespace). Dalam *Agustus* (Nomor 2).

- Fernanda Aria, M., Hidayanti, W., Perjalanan Wisata, U., Yapari Aktripa, S., & Bandung, K. (2024). Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung. Dalam *Anak Usia Dini* (Nomor 3).
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF* (H. Abadi, Ed.; 1 ed.). Pustaka Ilmu.
- Hasan, N. M., Atmaja, S., & Anggraini, I. (2021). PERAN PENULIS SKENARIO DALAM PEMBUATAN FILM PENDEK FIKSI “UNKNOWN” Oleh. *OMNICON: Jurnal Komunikasi*, 7(1).
- Kurniawan, L. (2021, Juni 21). *Berapa Durasi Video Company Profile Yang Paling Baik*. Jepret Production. <https://jepretproduction.co.id/berapa-durasi-video-company-profile-yang-paling-baik/>
- Kuswandi, A., Al Rasyid, M. H., Nuraini. Siti, & Sadiyyah, Z. N. (2024). Pengelolaan Bangunan Cagar Budaya di Kota Bandung. *Governance Jurnal Ilmu Pemerintah*, 12(02).
- Leli, H., Lubis, S., Pd, I., Tinggi, S., & Al-Bukhary, I. T. (2023). Tarbiyah bil Qalam, Jurnal Pendidikan, Agama dan Sains PENGGUNAAN VIDEO SEBAGAI MEDIA EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN UNTUK SISWA SEKOLAH DASAR IT ROBBANI RANTAUPRAPAT. *Jurnal Pendidikan Agama & Sains*, Vol. 7(Vol. 7 No. 2 (2023): Vol VII. Edisi II). <https://doi.org/https://doi.org/10.58822/tbq.v7i2.159>
- Lidya Maria, & Ade Budi Santoso. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Branding Suatu Coffee Shop. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(4), 63–80. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i4.4104>
- Maharani Jasmine, A., & Benaya Loen, R. (2020). Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry (The Use Of Company Profile Video As A Means of Information and Increase Promotion at PT Avoir Industry). *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 2(2), 125–132. <https://doi.org/https://doi.org/10.35746/jtim.v2i2.100>
- Manah, M., & Yudhawasthi, C. M. (2024). Digital Storytelling Melalui Media Sosial Tiktok dalam Promosi Kuliner Bekasi. *Scriptura*, 14(1), 25–33. <https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.25-33>

- Mayangwangi, N. (2024, September 13). *TREN KONTEN VIDEO VERTIKAL YANG DIGEMARI NETIZEN DUNIA*. Indonesia Spicing The World. <https://indonesiaspicingtheworld.com/tren-konten-video-vertikal-yang-digemari-netizen-dunia/>
- Merawati, F., & Hidayati, R. N. (2023). *Modul Penulisan Naskah Film*. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://eprints.uad.ac.id/47278/2/Merawati%2520Hidayati-Modul%2520Penulisan%2520Naskah%2520Film%2520Mahasiswa.pdf&ved=2ahUKEwjWrLCp2riLAXx1zgGHYyNHZ8QFnoECA0QAQ&usg=AOvVaw1H_K7AdpKqkDrie9NDdcmX
- Miller, D. (2023). *BUILDING A STORY-BRAND* (P. Dewanti, Ed.; R. Widyawinata, Penerj.). Elex Media Komputindo.
- Millerson, G., & Owens, J. (2009). *TELEVISION PRODUCTION* (14 ed.). Focal Press.
- Novita, M. (2024, Agustus 31). *Daya Tarik Wisata Kota Bandung yang akan Terus Dikembangkan*. Tempo. <https://www.tempo.co/hiburan/daya-tarik-wisata-kota-bandung-yang-akan-terus-dikembangkan-13882>
- Nurhasanah, D., Sumijaty, S., Komunikasi dan Penyiaran Islam, J., Dakwah dan Komunikasi, F., & Sunan Gunung Djati, U. (2022). Produksi Pesan Dakwah Bil-Kitabah Melalui Ilustrasi Digital. Dalam *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Vol. 7, Nomor 1).
- Nurudin. (2017). *PENGANTAR KOMUNIKASI MASSA* (1 ed.). RajaGrafindo Persada.
- Nurul Shadrina, A., Raniah Zaim, S., & 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>
- O'keefe, B. J. (1988). THE LOGIC OF MESSAGE DESIGN: INDIVIDUAL DIFFERENCES IN REASONING ABOUT COMMUNICATION. *COMMUNICATION MONOGRAPHS*, 55.
- Robin, B. R. (2008). Digital storytelling: A powerful technology tool for the 21st century classroom. *Theory into Practice*, 47(3), 220–228. <https://doi.org/10.1080/00405840802153916>

- Taufik, Y., Marlina, M., & Syifa, S. (2024). Analisis Membangun Identitas Merek Pada Instragram Pt. Gerbang Sinergi Prima. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i6.16730>
- Tejawati, A., Bambang, M. F., Kurniawan Pradana, E., Suandi, F., Khairul Anam, M., Mulawarman, U., Negeri Batam, P., Teknokrat Indonesia, U., Amik Riau, S., Tongkok Kampus GnKelua Universitas Mulawarman, B., Ahmad yani, J., Kota, B., Riau, K., Pagar Alam, J. Z., Bandar Lampung, K., & Purwodadi Indah, J. (2019). PENGEMBANGAN VIDEO DOKUMENTER “WANITA DAN INFORMATIKA” DI LINGKUNGAN FKTI UNIVERSITAS MULAWARMAN. *Jurnal Informatika & Rekayasa Elektronika*, 2(2). <http://e-journal.stmiklombok.ac.id/index.php/jire>
- Umar, S. (2023). PENERAPAN MEDIA VIDEO UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELAJAR SISWA DI KELAS X SMK NEGERI PERTANIAN 1 SUKARAJA. *Utile: Jurnal Kependidikan*, IX(2), 92–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.37150/jut.v9i2.2235>
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa* (Y. Sartika & Asmadianto, Ed.). Ghalia Indonesia.
- Yogyakarta, D. D. I., Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). POTENSI MAKANAN TRADISIONAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER. *Journal UNY*, 15(Vol. 15, No. 1).