

REFERENCES

- Andhika, A. (2019). *Penggunaan Video Promosi Pariwisata Melalui Youtube Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Ke Provinsi Kalimantan Selatan*. MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2 (No.2): 26-27.
- Desmira, D. (2021). *VIDEO PROMOSI WISATA “CIKAL ADVENTURE” DI KECAMATAN PADARINCANG*. KAIBON ABHINAYA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT, 60-61.
- Dhanar Intan Surya Saputra, S. W. (2017). *Membangun Channel Live Streaming YouTube Sebagai Alternatif Media Promosi Perguruan Tinggi*. Proceeding Jurnal Teknik Informatika, 116-117.
- Kemal Syahreza, N.W. (2021). *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Destination Image dan Minat Berkunjung Lembang Park & Zoo*. Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar, 1486-1491.
- Kulcsar, E. (2012). *CONSIDERATIONS ON TOURIST MARKETING THEORY AND PRACTICE IN ROMANIA*. Journal of Tourism, 40-41.
- Larichy, R. (2020). *PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESA WISATA CONTO SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN*. Surabaya: repository.dinamika.ac.id, 4-12.
- Maria Elisabeth, L. P. (2020). *Effect of Visual Communication and Content in Social Media Services Instagram Buying Decisions Sweet Escape Photography In Jakarta*. Jurnal Hospitality and Pariwisata, Vol.6 (No. 2): 56 - 105.
- Nunuk Suprptini, A. S. (2020). *Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikabupaten Semarang*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara, Vol 3 (No. 2): 121 - 131.
- Putra, G. L. (2019). *PEMANFAATAN ANIMASI PROMOSI DALAM MEDIA YOUTUBE*. Seminar Management, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi, Vol 2: 259-260.
- Ranto, D. (2017). *Perkembangan Terminal Bulupitu Di Kota Purwokerto*. Purwokerto: Repository.ump.ac.id, 27-31.

- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, and R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Syahreza, V. (2020). *METODE PENYUSUNAN LAPORAN MAGANG*. Retrieved March 1, 2020, from repository.stei.ac.id: <http://repository.stei.ac.id>, 1-13.
- Widodo Budi Dermawan, A. A. (2021). *Analysis of Passenger Satisfaction with Facilities at Cileungsi Bus Station*. *WORLD JOURNAL OF BUSINESS, PROJECT AND DIGITAL MANAGEMENT*, Vol 2 (No.1): 1-3.

