

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. I. Chandra, "Perancangan Aplikasi Resep Makanan Tradisional Indonesia Menggunakan Pendekatan *Agile Process* dengan *Model Extreme Programming* Berbasis Android," *Seminar Nasional APTIKOM*, vol. 1, no. 1, pp. 607-614, 2016.
- [2] Y. A. S. & F. A. B. Refi Fadholi, "Pengenalan Citra Makanan Tradisional menggunakan *Fitur Hue Saturation Value dan Fuzzy k-Nearest Neighbor*," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 3, no. 7, pp. 6556-6566, 2019.
- [3] I. W. Putri, "Dampak *Fast Food Advertising* Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Anak," *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, vol. 19, no. 1, pp. 1-19, 2017.
- [4] A. WidyastutiI, "Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Khas Pati," Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2019.
- [5] M. C. & G. Mahestu, "Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo," *Jurnal Riset Komunikasi*, vol. 11, no. 1, pp. 69-92, 2020.
- [6] F. N. Adhitomo, "Analisis Segmen Remaja Berdasarkan Perilaku dalam Menggunakan Media Sosial," *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen*, vol. 1, no. 1, 2017.
- [7] A. Nurfaizi, "Perancangan Video Promosi Kuliner Khas Sumenep Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Wisatawan," Universitas DInamika, Surabaya, 2020.
- [8] I. P. D. S. S. Putra, "Analisis Konten Video Iklan Pada Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*," *Nusantara Hasana Journal*, vol. 2, no. 3, pp. 393-401, 2022.
- [9] P. W. H. D. Y. Michael Harianto Putra, "Perancangan Video Promosi *Street Food* Semarang Untuk Mendukung Pariwisata di Kota Semarang," *Jurnal DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 6, p. 12, 2015.

- [10] R. Rahman, "Restaurant *Food Cinematic Video Advertisement*,"
<https://www.youtube.com/watch?v=lcU3pruVyUw>, 2019.
- [11] Z. Production, "*Fuji Food Commercial*," p.
<https://www.youtube.com/watch?v=YTKqf9oCEEY>, 2021.
- [12] Mcdonalds, "*New Crispy Chicken Sandwich*,"
<https://www.youtube.com/watch?v=-kztYLLp6gA>, 2021.
- [13] S. Wahyuningsih, *Desain Komunikasi Visual*, Madura: UTM Press, 2015, p. 172.
- [14] D. Sihombing, "*Prinsip Prinsip Pemasaran*," Jakarta, Erlangga, 2001, p. 476.
- [15] D. M. K, "Representasi Anak Anak Dalam Tayangan Iklan Komersial Di Media," *Jurnal Ilmiah Komunikasi (MAKNA)*, vol. 1, no. 1, pp. 1-11, 2010.
- [16] T. P. R. A. S. Sya'Dian, "*Workshop Sinematografi dan Pengambilan Gambar Pada SMK Tritech Medan*," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 334-340, 2022.
- [17] I. I. Farghani, "Kreativitas Videografer Abdul Gafar Studio Dalam Memproduksi *Video Cinematic*," Riau, 2022.
- [18] M. Z. A. Syah and D. S. Wijaksono, "Penerapan Teknik Sinematografi Dalam Video Game : Analisis Makna Angle Camera Pada Video Game "The Last Of Us Part II"," vol. 8, p. 6998, 2021.
- [19] M. R. Lubis, S. Khairani and Rismayanti, "Perancangan Video Promosi Dengan Teknik *Camera Movement* Terhadap Efektivitas Penggabungan Video," *Journal Of Computer Science and Informatics Engineering*, vol. 1, pp. 153-163, 2022.
- [20] I. Fajar, "Perancangan Video Promosi Cafe Ombewok," Universitas Negeri Padang, Padang, 2017.
- [21] K. Philip and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- [22] "<https://dinasarpus.patikab.go.id/halaman/detail/nasi-gandul>".
- [23] D. H. Tobing, "*Bahan Ajar Metode Penelitian Kualitatif*," Universitas Udayana, Bali, 2016.

- [24] T. P. K. P. Bahasa, in *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, 1989, p. 622.
- [25] T. P. K. P. Bahasa, in *Kamus Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka 1989, 1989, p. 862.
- [26] A. d. J. S. Anggito, *Metodologi Penelitian Kualitatif - Albi Anggito*, Johan Setiawan, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- [27] Humas, "Jenis-Jenis Data Penelitian," Lembaga Pendidikan Mahasiswa Penalaran, Makassar, 2018.
- [28] K. Informasi, "Pengertian Data Primer dan Data Sekunder," <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-data-primer-dan-data-sekunder>, 2019.
- [29] B. R. S. S. Fathul Himam, "Pendekatan *Grounded Theory* untuk Memahami Strategi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Menghadapi Era Otonomi Daerah dan Globalisasi," *Jurnal Siasat Bisnis*, vol. 1, no. 9, pp. 1-14, 2009.
- [30] Zakky, "Pengertian Observasi Menurut Para Ahli dan Secara Umum," <https://www.zonareferensi.com/pengertian-observasi/>, 2020.
- [31] H. Abdurrahmat Fathoni, "Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi," *Jakarta : Rineka Cipta, 2006*, vol. 16, p. 149, 2016.
- [32] B. Rustanto, *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- [33] N. N. T. S. N. S. O. & A. M. P. Friska Andriani, "Penerapan Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 5, no. 2, pp. 2904-2910, 2021.
- [34] A. D. Prameswara, "Pernikahan jarak jauh," *Jurnal Empati*, vol. 5, no. 3, pp. 417-423, 2016.
- [35] T. Kristanto, "Strategi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT," *MULTINETICS*, vol. 6, no. 2, pp. 128-133, 2020.

- [36] K. Antonio and J. Pratama, "Analisis Teknik *Food Photography* sebagai Media Promosi pada Masyarakat Kota Batam," *Jurnal Ilmiah Betrik*, vol. 13, pp. 403-414, 2022.
- [37] "<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180530191846-282-302337/studi-musik-di-restoran-pengaruh-pilihan-menu-konsumen>".
- [38] T. Indonesia, "Nasi Gandul," <https://www.youtube.com/watch?v=vg6y6nJ46sM>, 2019.
- [39] Ekawardhani, "Kajian Prinsip Pokok Tipografi (*Legibility, Readability, Visibility, dan Clarity*) pada Poster Film Beranak dalam Kubur The Movie dan Jelangkung," *VISUALITA*, vol. 4, no. 1, pp. 87-99, 2012.
- [40] T. C. Haryono, "Analisis Elemen *Visual* Pada Media Sosial Instagram Roti'o Dalam Membangun *Integrated Marketing Communication (IMC)*," *Desain Komunikasi Visual Dan Media Baru Tuturrupe*, vol. 2, no. 1, pp. 1-14, 2019.
- [41] K. A. P. Indrawati, "Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali," *Jurnal Analisis Pariwisata*, vol. 17, no. 2, pp. 78-83, 2017.
- [42] M. M. Pacihara, "Warna Sebagai *Look* Dan *Mood* Pada Videografi Film Televisi "Pancer"," *Invensi*, vol. 1, no. 1, pp. 26-36, 2016.