

Received : July 12, 2021
Accepted : July 18, 2021
Published : September 4, 2021

Conference on Business, Social Sciences and Technology
<https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>

Perancangan Visual Rebranding Pada Bisnis Kuliner Untuk Memperkenalkan Kota Batam di Riztour

Deli¹, Jhon Carlie²

deli@uib.ac.id¹, 1831069.jhon@uib.edu²

¹Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Abstract

Riztour is a travel tour agency company that serves Southeast Asian travel to 3 destination countries, namely Singapore, Malaysia and Thailand. Riztour has provided various types of travel tour packages, but to be able to continue the travel tour business during the covid pandemic, Riztour needs a culinary rebranding video. The rebranding video will be made with the Adobe Premiere Pro CC 2019 and Adobe Photoshop CC 2019 applications, along with providing two types of subtitle languages, namely Indonesian and English along with background music. Data and information will be collected through observation and documentation. Riztour will upload this culinary rebranding video to his Youtube channel. The culinary rebranding video made by the author is expected to provide correct, precise and useful information to promote the Batam culinary business and increase the number of tourists who will visit Batam.

Keywords:

Video, Rebranding, Tour Travel, Multimedia.

Abstrak

Riztour merupakan sebuah perusahaan agensi tour travelling yang melayani perjalanan wisata Asia Tenggara ke 3 negara tujuan yakni Singapore, Malaysia dan Thailand. Riztour telah menyediakan berbagai jenis paket tour travel, namun untuk bisa melanjutkan bisnis tour travel pada masa pandemic covid, riztour membutuhkan sebuah video rebranding kuliner. Video rebranding akan dibuat dengan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2019 dan Adobe Photoshop CC 2019, beserta dengan memberikan dua jenis bahasa subtitle yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris beserta dilengkapi dengan background music. Data dan informasi akan dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi. Video rebranding kuliner ini akan diunggah oleh Riztour ke channel Youtubenanya. Video rebranding kuliner yang dibuat oleh penulis diharapkan dapat memberikan informasi yang benar, tepat serta berguna untuk mempromosikan bisnis kuliner batam dan meningkatkan jumlah wisatawan yang akan berkunjung ke batam.

Keywords:

Video, Rebranding, Tour Travel, Multimedia.

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi telah bertumbuh dan berkembang semakin pesat. Perkembangan tersebut telah membuat seluruh dunia bergantung pada teknologi. Teknologi tersebut mempermudah manusia dalam menjalankan segala aktivitas hidup, serta dapat memperoleh informasi dengan mudah dan cepat yang disajikan dalam bentuk multimedia. Dapat diketahui bahwa multimedia adalah kombinasi

media dari berbagai bentuk komponen informasi, seperti teks, grafik, animasi, video, maupun suara sebagai dukungan untuk mencapai tujuannya yaitu memberikan informasi atau sekedar menyediakan hiburan kepada target audiens-nya (Shoumi, 2019).

Video secara umum adalah media yang dapat menyajikan rekaman gambar visual yang bergerak dan disertai dengan suara, baik yang berisi informasi ataupun pesan yang kemudian akan ditampilkan secara bersamaan (Syaparuddin & Elihami, 2020). Video memiliki efek yang baik secara kognitif dan psikomotorik, catatan moral dalam sebuah video lebih mudah diingat dan dipahami dibandingkan dengan media audio, tulisan maupun lukisan. Video yang lebih inovatif dan kreatif dalam menuangkan ide akan membuat masyarakat lebih tertarik pada ide tersebut. Untuk membuat sebuah video yang baik membutuhkan tiga tahap, yakni merupakan tahap pra-produksi, produksi dan pasca-produksi (Pritama et al., 2020). Video terbagi menjadi beberapa macam jenis sesuai dengan tujuan pembuatannya yakni video dokumenter, video cerita, video berita, video pembelajaran, video promosi, video presentasi dan video branding ataupun rebranding (Hariri & Maharani, 2019).

Pada saat ini terdapat banyak branding yang ada di kota batam, Branding merupakan sebuah strategi penemuan brand image dengan melakukan pemberian nama, logo, simbol, dan istilah tentang produk ataupun perusahaan untuk menghubungkan hati dan pikiran pelanggannya (Miranda, 2018). Branding juga bisa merupakan sebuah metode untuk menyakinkan seseorang terhadap perjanjian yang dimiliki oleh sebuah merek dapat tertanam dalam pikiran orang tersebut, hingga menimbulkan rasa percaya terhadap janji yang diberikan serta terwujudnya janji yang telah diberikan oleh suatu merek (Progo, 2021). Tujuan Branding adalah menghasilkan sesuatu yang spesifik dan menarik persembahan yang memperoleh rasional dan keperluan emosional pelanggan dengan cara yang lebih baik dari sejumlah kompetisi lainnya (Munir & Arief, 2017). Namun diantara sejumlah branding, terdapat juga branding yang masih asing dan tidak dikenali oleh masyarakat.

Oleh karena itu diperlukan sebuah usaha atau kegiatan yang dapat membantu khalayak masyarakat dalam memperkenalkan ulang brandingnya ke masyarakat luas. Usaha atau kegiatan tersebut dinamakan Rebranding. Rebranding adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan ataupun lembaga dalam memperbaiki serta meningkatkan citra dan membentuk suatu identitas baru bagi sebuah produk ataupun perusahaan (Pujiyanto & Paramita, 2019). Rebranding bisa dibuat menjadi berbagai media, salah satu bentuk media yaitu video, contohnya berupa video rebranding dalam bisnis kuliner. Promosi melalui media sosial sudah merupakan trending pada era digital ini.

Kuliner merupakan sejenis kebutuhan pokok manusia dalam bertahan hidup yang kemudian menjadi kebutuhan tambahan bagi penikmatnya, dan tujuan kuliner tidak hanya sebatas kegiatan mengisi perut, namun melainkan mengalami suatu pengalaman baru dan citra rasa yang istimewa dari suatu santapan (Wijaya & Ratnaningrum, 2019). Kuliner memiliki kontribusi yang luar biasa dalam kemajuan peningkatan wisatawan di sebuah destinasi melalui kerjasama antara makanan lokal dengan budaya dan lingkungan sekitarnya. Dengan adanya makanan yang berkualitas dan terkenal, dapat meningkatkan keinginan wisatawan beserta masyarakat untuk berkunjung pada sebuah lokasi wisata (Wijayanti, 2020). Video rebranding memberikan dampak positif terhadap kuliner, di antaranya yaitu mempromosikan kuliner, membantu melakukan strategi persaingan dengan kuliner lain, meningkatkan minat beli pembeli dan lain sebagainya.

Jadi tujuan video rebranding kuliner ini adalah memberikan pengenalan dan informasi tentang bisnis kuliner yang ada di batam. Oleh karena itu, Penulis melakukan kerja praktek di PT. Riztour dengan tujuan merancang sebuah video rebranding. Proyek yang dibuat oleh penulis yang berjudul ***“Perancangan Visual Rebranding pada Bisnis Kuliner untuk Memperkenalkan Kota Batam di Riztour”***

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis dapat menggunakan keahlian yang telah dipelajari selama perkuliahan di UIB dan di implementasikan pada PT. Riztour. Dan penulis berharap video rebranding kuliner ini dapat bermanfaat bagi para wisatawan maupun masyarakat luas.

Tujuan dari perancangan video rebranding ini, adalah:

1. Untuk memberikan pengenalan atau informasi yaitu dengan merancang sebuah *video rebranding* mengenai bisnis kuliner di batam sebagai bentuk promosi batam kepada wisatawan beserta masyarakat batam.
2. Menerapkan kreativitas dan pengetahuan ilmu multimedia yang telah diberikan oleh prodi Sistem Informasi UIB.
3. Membuktikan kemampuan penulis dalam menyunting video dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2019 dan Adobe Photoshop CC 2019.

Berikut ini merupakan beberapa cakupan masalah yang telah ditemukan pada penelitian ini:

1. Pandemic Covid yang terjadi mengakibatkan pengurangan jumlah wisatawan yang diterima oleh PT.Riztour. sehingga penulis memutuskan untuk membuat video rebranding yang dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Batam di kemudian hari.
2. Masyarakat dan wisatawan belum sepenuhnya mengetahui informasi kuliner yang ada di Batam.

Tinjauan Pustaka

Penelitian ini berjudul "**Perancangan Visual Rebranding pada Bisnis Kuliner untuk Memperkenalkan Kota Batam di Riztour**". Penelitian ini didasari oleh beberapa penelitian sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh (Progo, 2021) adalah penelitian kualitatif yang menggunakan metode perancangan video berupa Pra-produksi, Produksi dan Pasca-produksi beserta menggunakan metode observasi, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Penelitian ini merupakan perancangan video destinasi wisata sebagai pembentuk city branding daerah di Kulon Progo. Pada penelitian ini, penulis menggunakan youtube sebagai media platform untuk mengenalkan kepada masyarakat umum, dikarenakan ia yakin bahwa dengan menggunakan youtube, dapat memberikan informasi melalui gambar bergerak atau video yang dapat memberikan kesan dan sensasi secara audio visual, serta dapat memanipulasi waktu dan ruang sehingga penonton dapat diajak untuk melanglang buana kemana saja meskipun dibatasi oleh ruang.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Pritama et al., 2020) merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode perancangan video berupa Pra-produksi, Produksi dan Pasca-produksi. Penelitian mengenai pelatihan produksi video untuk konten promosi online di industri kecil menengah di Kabupaten Pekalongan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat konten video, meningkatkan kualitas SDM untuk memaksimalkan promosi secara online.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Miranda, (2018) merupakan penelitian kualitatif. Penelitian mengenai perancangan rebranding pada sosial media youtube untuk Kiniko Cafe sebagai bentuk media promosi ulang serta memberikan informasi kiniko cafe kepada khalayak umum dalam bentuk video. Metode yang digunakan oleh penulis dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini. Penulis menggunakan youtube sebagai media platform untuk mengenalkan atau mempromosikan cafe kepada masyarakat, karena ia yakin bahwa youtube terdapat lebih besar peluang kesuksesan serta keuntungan yang bisa diraih.

Berdasarkan Penelitian berikut, penulis dapat membuat sebuah karya dalam bentuk video dengan menggunakan metode perancangan yang telah dilakukan oleh (Progo, 2021) dan (Pritama et al., 2020). Dan penulis juga akan membuat video rebranding dengan menggunakan metode kualitatif seperti yang dilakukan oleh (Progo, 2021) dan (Miranda, 2018) untuk menghasilkan video rebranding yang dapat memberikan informasi yang berguna mengenai kuliner batam secara luas kepada masyarakat Batam maupun wisatawan asing. Dengan demikian, simpulan penelitian ini menjadi dasar utama penulis dalam pembuatan video rebranding kuliner batam di Riztour.

Metode Penelitian

A. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode yang digunakan oleh penulis yaitu metode kualitatif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi.

1. Observasi

Pada tahap awal, penulis akan melakukan perencanaan terlebih dahulu mengenai pemilihan tempat pengambilan video, konsep jalan cerita dan teknik yang akan di gunakan saat pengambilan video. Observasi merupakan teknik ataupun upaya dalam menyelidiki dan melakukan pendataan secara beraturan mengenai perilaku dengan mengamati individu atau kelompok secara langsung (Hutapea, 2019).

2. Dokumentasi

Pada tahap ini, penulis akan melakukan dokumentasi secara langsung ke lokasi dan kemudian di sunting dalam video rebranding. Dokumentasi merupakan catatan riwayat kejadian yang sudah terjadi yang ditampilkan dalam bentuk teks, gambar atau karya monumental dari seseorang (Efriyanti et al., 2018). Setelah selesai pengambilan video, penulis akan melakukan penyuntingan video.

B. Proses Perancangan Luaran

Tahapan proses perancangan luaran yang dilakukan dalam melakukan konsep dasar video rebranding tersebut adalah Pra-produksi, Produksi, dan Pasca-produksi. Tahap-tahap tersebut akan ditunjukkan dalam bentuk gambar sebagai berikut ini:



Gambar 3.2.1 Proses Perancangan video rebranding Kuliner

1. Pra-Produksi

Pada tahap Pra-Produksi, penulis melakukan persiapan berupa pencarian dan pengumpulan informasi tentang cara atau teknik pembuatan video rebranding. Kemudian penentuan tempat pengambilan video kuliner beserta menentukan jadwal syuting.

2. Produksi

Pada tahap Produksi, penulis mulai proses syuting video dengan mempersiapkan terlebih dahulu alat yang akan digunakan, seperti: Canon Eos 80D, lensa 18-55mm dan tripod. Pada saat proses pengambilan video, penulis melakukan pengaturan terhadap camera dengan *frame rate 59.94 frames/second, frame width x height (1920 x 1080)*.

3. Pasca-Produksi

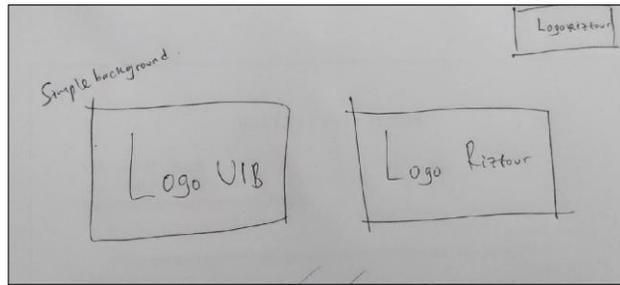
Pada tahap Pasca-Produksi, penulis melakukan proses pengeditan atas gambar atau video yang telah diambil dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2019. Dengan aplikasi tersebut, penulis dapat memasukkan suara, teks, transisi serta memasukkan background music pada video. Dan pada akhirnya video tersebut dapat menjadi sebuah karya yang dapat memberikan informasi dan pengenalan terhadap kuliner batam secara baik dan benar kepada penonton.

C. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, penulis membagi tahap pelaksanaan menjadi 3 tahap yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan tahap penilaian dan pelaporan.

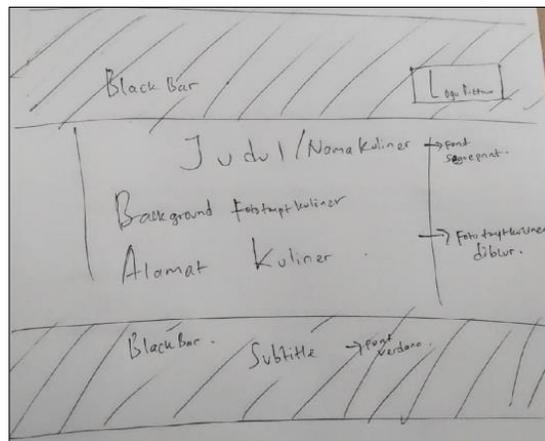
1. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan ini dimulai dari akhir bulan Januari 2021 hingga akhir maret. Pada tahapan ini yang dilakukan penulis yaitu mengumpulkan informasi mengenai video rebranding, serta mencari teknik-teknik yang akan dilakukan dalam pembuatan video rebranding. Kemudian penulis melakukan perundingan dengan anggota kelompok kolaborasi terhadap pemilihan tempat kuliner yang akan dilakukan syuting. Setelah itu, penulis menentukan jadwal pengambilan video. Selanjutnya, penulis akan mengajukan proposal kerja praktek untuk mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing dan ketua prodi sistem informasi. Hal pertama yang penulis lakukan untuk mempermudah dalam pembuatan dan pengeditan video yaitu pembuatan storyboard. Berikut merupakan tampilan intro dengan menampilkan logo uib dan logo riztour dan kemudian diberikan efek dengan mengatur keyframe scale pada kedua logo tersebut. Scene ini berdurasi sekitar 3 detik.



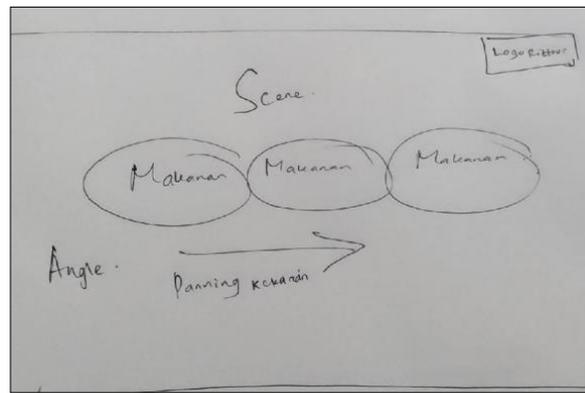
Gambar 3.3.1 Storyboard Intro Video Kuliner PT.Riztour

Berikut merupakan tampilan scene nama, alamat beserta gambar kuliner yang diblur. Kemudian diberikan efek cinematic, yaitu dengan membuat black bar pada bagian atas dan bagian bawah video. Dan meletakkan efek transisi pada nama dan alamat kuliner sehingga menjadi lebih menarik bagi penonton.



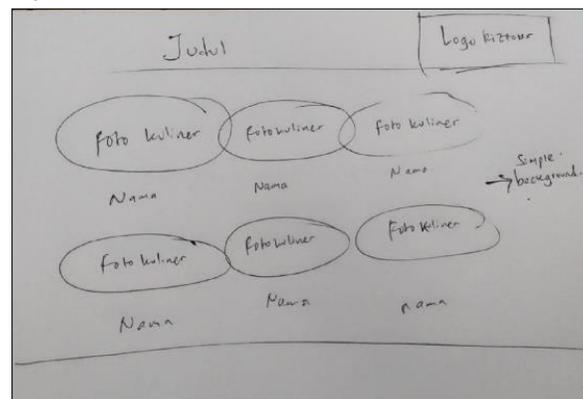
Gambar 3.3.2 Storyboard Tampilan Scene Kuliner

Berikut merupakan tampilan scene makanan yang menggunakan Teknik panning kanan, yaitu dengan menggerakkan kamera secara horizontal dari kiri ke kanan. Scene tersebut berdurasi sekitar 4 detik.



Gambar 3.3.3 Storyboard Scene Makanan

Kemudian untuk tampilan terakhir pada kuliner makanan, penulis membuat sebuah scene untuk menampilkan rekomendasi makanan yang ada pada kuliner tersebut.



Gambar 3.3.4 Storyboard Scene Rekomendasi Makanan Kuliner

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini dimulai dari awal bulan April hingga pada akhir bulan Mei. Pada tahap pelaksanaan ini, penulis mempersiapkan terlebih dahulu alat syuting berupa kamera dan tripod. Setelah itu, penulis mulai mengambil beberapa cuplikan video, berupa video terhadap lingkungan kuliner dan video makanan di tempat kuliner yang kemudian akan digabung menjadi satu video. Kemudian penulis membantu melakukan pengambilan foto dengan teman sekelompok kolaborasi sebagai catatan dokumentasi. Setelah proses pengambilan video telah selesai dilakukan, penulis kemudian melakukan proses pemilahan video mentah yang akan digunakan dan mulai proses pengeditan video. Selanjutnya penulis melakukan pengisian suara dan memasukkan dua jenis bahasa penyampaian dialog dalam bentuk teks atau subtitle serta background music no copyright pada video. Pada akhirnya, penulis melakukan rendering video rebranding tersebut menjadi sebuah karya hasil yang utuh dan mampu memberikan pengenalan dan informasi bisnis kuliner kepada penonton.

3. Tahap Penilaian dan Pelaporan

Pada tahap penilaian dan pelaporan dimulai dari proses penyusunan laporan kerja praktek dari bulan juni hingga bulan juli. Finalisasi laporan serta evaluasi hasil kerja praktek oleh Riztour langsung dievaluasi oleh dosen pembimbing dalam bentuk presentasi.

Hasil dan Pembahasan

A. Perancangan Luaran Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi yang telah penulis lakukan terhadap bisnis kuliner batam, maka penulis membuat sebuah video rebranding dan hasil akhirnya akan penulis berikan kepada PT. Riztour dengan harapan dapat meningkatkan citra industry dan wisata di khalayak masyarakat.



Gambar 4.1 proses editing video rebranding kuliner batam

Penulis memulai proyek ini dengan mencari informasi mengenai bisnis kuliner yang ada di batam. Setelah mengetahui informasi kuliner, penulis melakukan perancangan video rebranding, dimana video tersebut bertujuan untuk mempromosikan bisnis kuliner di batam dan memperkenalkan batam ke khalayak masyarakat. Pembuatan video dilakukan secara langsung di tempat kuliner yang telah di pilih. Video yang telah direkam akan disunting dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2019 dan Adobe Photoshop CC 2019. Video Rebranding dibuat dengan Bahasa Indonesia. Video Rebranding disunting dengan menggunakan elemen-elemen yang ada pada video rebranding, seperti background music dan penyampaian dialog dalam bentuk teks pada video rebranding yaitu dengan menggunakan dua Bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa English.

B. Implementasi Perancangan

Penulis melakukan proses penyuntingan setelah menyelesaikan proses perekaman dan pemilahan video. Gambar 4.2 merupakan tampilan intro dari video rebranding. Intro ini dibuat dengan menggunakan *Adobe Photoshop CC 2019* yaitu dengan mengatur ukuran dari logo UIB, logo Riztour dan mengatur warna background logo Riztour beserta meletakkan wallpaper. Kemudian, penulis memberikan efek transisi pop up dengan mengatur keyframe dan memberikan *sound effect* dengan menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2019*.



Gambar 4.2 Intro Video Rebranding Kuliner Batam Bersama Riztour

Selanjutnya *Gambar 4.3* merupakan tampilan judul pada video rebranding kuliner yang telah penulis buat. Tampilan ini dibuat dengan meletakkan background image kemudian mengatur teks dan transisi pada video tersebut.



Gambar 4.3 Judul Video Rebranding Kuliner Batam

Selanjutnya merupakan salah satu tampilan tempat kuliner dari beberapa kuliner yang telah dikunjungi. Gambar 4.4 merupakan toko kuliner makanan yang bernama Mie Tarempa yang berlokasi di Ruko Royal Sincom, Blk. D No.15 - 16, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam. Tampilan judul kuliner ini diberikan efek transisi slide dan diedit dengan memberikan effect *Cinematic Black Bar*, beserta membuat layer color matte warna hitam, kemudian mengatur opacity dengan tujuan untuk mengatur warna dan memperjelas informasi mengenai nama beserta lokasi kuliner.



Gambar 4.4 Tampilan Judul dan Alamat Kuliner Mie Tarempa

Kemudian, gambar 4.5 merupakan tampilan rekomendasi makanan dari kuliner yang dikunjungi. Di video ini, foto tersebut telah diedit terlebih dahulu dengan Adobe Photoshop CC 2019 dan kemudian diberikan text dan background yang tepat yang bertujuan untuk memberikan informasi yang benar kepada penonton.



Gambar 4.5 Tampilan Rekomendasi Makanan pada Kuliner Mie Tarempa

Selanjutnya gambar 4.6 merupakan tampilan ending video, disini penulis meletakkan sejumlah informasi berupa, alamat website, alamat email, alamat tempat beserta nomor telepon dengan tujuan sebagai media promosi untuk membantu bisnis Riztour mendapatkan wisatawan yang ingin mengunjungi ke batam.

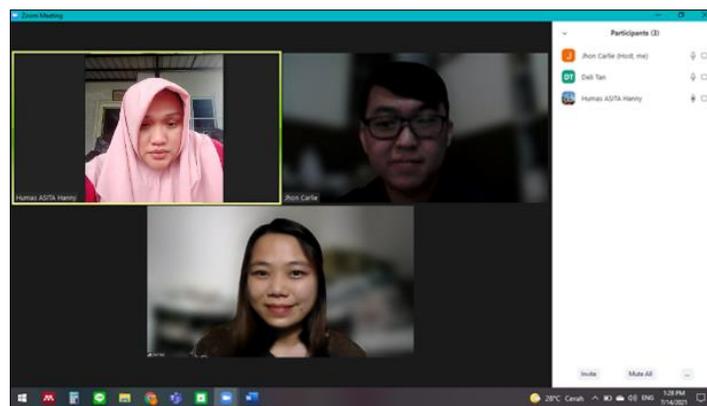


Gambar 4.6 Tampilan Ending Video yang berisi Informasi PT. Riztour

Setelah video rebranding kuliner siap di edit dan di export, maka video tersebut akan penulis berikan kepada PT. Riztour untuk diunggah ke channel Youtube Riztour dan penulis akan melakukan foto dokumentasi bersama dosen pembimbing sebagai wujud akhir dari proses implementasi video rebranding kuliner.



Gambar 4.7 Proses review hasil video kepada mitra



Gambar 4.8 Foto Bersama Mitra dan Dosen Pembimbing

Kondisi setelah melakukan implementasi video rebranding pada bisnis kuliner untuk memperkenalkan batam di Riztour adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya video rebranding, masyarakat luas dan wisatawan akan tertarik terhadap kuliner batam, dan meningkatkan minat untuk melakukan perjalanan wisata ke batam.
2. Video rebranding dibuat dengan 2 subtitle Bahasa yang berbeda, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa English, sehingga tidak hanya masyarakat Indonesia yang dapat mengerti informasi yang disampaikan, namun masyarakat asing juga bisa mendapatkan informasi yang lengkap secara langsung dengan hanya menonton video rebranding tersebut.

Kesimpulan

Video Rebranding merupakan sebuah upaya atau strategi branding ulang yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan mendapatkan benefit tertentu seperti mempertahankan bisnis ataupun memperbagus merek yang kemudian ditampilkan ke masyarakat dalam bentuk video. Penulis melakukan kerja praktek di Riztour dan merancang sebuah video rebranding dengan melakukan observasi dan implementasi, dapat disimpulkan bahwa video rebranding diperlukan oleh Riztour dalam proses peningkatan wisatawan batam.

Berikut merupakan hasil yang telah dicapai oleh penulis selama mengerjakan kerja proyek yang berjudul “Perancangan Visual Rebranding pada Bisnis Kuliner untuk Memperkenalkan Kota Batam di Riztour”, antara lain:

1. Dengan adanya perancangan *video rebranding* yang telah dibuat oleh penulis, wisatawan dan masyarakat luas dapat lebih mengenal tentang kuliner yang ada di Batam.
2. Video rebranding dibuat dengan adanya dua jenis Bahasa penyampaian dialog dalam bentuk teks pada video yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa English, sehingga masyarakat lokal maupun masyarakat asing dapat mengerti informasi yang diberikan dalam video.
3. Riztour menjadi lebih dikenal oleh khalayak masyarakat yang berminat untuk melakukan perjalanan wisata ke batam.

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah yang diberikan sehingga penulis bisa mendapatkan kelancaran dalam pembuatan video rebranding. penulis sangat berterima kasih kepada rekan-rekan, dosen pembimbing serta mitra yang telah membantu dalam penyelesaian pembuatan video *rebranding* ini.

Daftar Pustaka

- Efriyanti, M., Irviani, R., & Garaika. (2018). Analisis Implementasi Electronic Commerce untuk Meningkatkan Omset Penjualan Butik Mery Berbasis Web Mobile. *Jurnal Signaling STMIK Pringsewu*, 7(2), 45–51.
- Hariri, R. Al, & Maharani, S. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Pencipta Yang Karya Videonya Diunggah Kembali (Reupload) Di Youtube Secara Ilegal Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 211.
- Hutapea, R. H. (2019). Instrumen Evaluasi Non-Tes dalam Penilaian Hasil Belajar Ranah Afektif dan Psikomotorik. *BIA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen Kontekstual*, 2(2), 151–165. <https://doi.org/10.34307/b.v2i2.94>
- Miranda, A. I. (2018). Perancangan Rebranding Kiniko Cafe pada Sosial Media Youtube. *Dekave*, 7(2).
- Munir, B., & Arief, A. M. R. (2017). Branding Riau the Homeland of Melayu Dalam Memperomosisan Pariwisata Provinsi Riau. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, 4(1), 1–14.
- Pritama, A. D., Setyaningsih, G., & Mardani, T. (2020). Pelatihan Produksi Video untuk Konten Promosi Online di Industri Kecil Menengah (IKM) Kabupaten Pekalongan. *Jpmm*, 2(1), 61–69.
- Progo, K. (2021). *Perancangan Video Destinasi Wisata Kulon Progo*. 07(February), 131–149.
- Pujianto, L., & Paramita, S. (2019). Hambatan Rebranding Boyband Dragonboyz dalam Industri Musik di Indonesia. *Prologia*, 2(2), 415. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3721>
- Shoumi, A. Z. (2019). Peran Multimedia Dalam Pendidikan Pada Aplikasi Ruang Guru. *Prosiding Seminar*

Nasional Cendekiawan, 2. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5809>

Syaparuddin, S., & Elihami, E. (2020). Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Melalui Video pada Pembelajaran PKn di Sekolah Paket C. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(1), 187–200. <https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/view/318>

Wijaya, R. I., & Ratnaningrum, D. (2019). Anjungan Kuliner Nusantara. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(1), 624. <https://doi.org/10.24912/stupa.v1i1.3968>

Wijayanti, A. (2020). Wisata Kuliner sebagai Strategi Penguatan Pariwisata di Kota Yogyakarta Indonesia. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 33. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>