

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Yasrif Haqiqi. (2022). *PERANCANGAN VIDEO KAMPANYE SOSIAL PEMANFAATAN LIMBAH AMPAS KOPI MENJADI PRODUK KREATIF SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI MASYARAKAT*. 8.5.2017, 2003–2005.
- Adi Septianto Purnomo. (2020). PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DAN COLOR GRADING PADA VIDEO DOKUMENTER KOPI GUNUNG MALANG SEBAGAI MEDIA INFORMASI. *Molecules*, 2(1), 1–12. <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation%0Ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005%0Ahttp://www.scirp.org/journal/PaperDownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.201>
- Adji, M., & Rahayu, L. M. (2019). Representasi Gaya Hidup Dan Tradisi Minum Kopi Dalam Karya Sastra. *Patanjala : Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 11(3), 381. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v11i3.523>
- Alkatiri<sup>1</sup>, S., & Yani<sup>2</sup>, A. R. (2014). Video Dokumenter Sejarah Kawasan Ampel. *Createvitas*, 3(1), 185–202.
- Alkhaly, Y. R., & Syahfitri, M. (2017). Studi Eksperimen Penggunaan Abu Ampas Kopi Sebagai Material Pengganti Parsial Semen Pada Pembuatan Beton. *Teras Jurnal*, 6(2), 101. <https://doi.org/10.29103/tj.v6i2.100>
- Amalia Amal, Citra Fuadillah Alhumairah Amin, Siti Wildana Nur, K. (2021). Pemanfaatan Limbah serta Pemasaran Produk BUSOPI (Sabun Ampas Kopi) Bagi PKK Kecamatan Mariso Kota Makassar. *Jurnal Warta LPM*, 24(4), 709–718. <http://journals.ums.ac.id/index.php/warta>
- Baihaqi, A., & Sofyan, I. (2017). Potret Warung Kopi Di kawasan Kota Gresik Sebagai Media Ruang Publik. *Scholar.Archive.Org*, 1(1), 71–76.
- Cahyania, D. (2018). Tinjauan Atas Prosedur Pembelian Peralatan Kantor Pada Pt Deltra Wijaya Konsultan. *Jurnal Komunikasi*, 20–27.

- Hasyim, N., Yogananti, A. F., Visual, D. K., & Nuswantoro, U. D. (2022). Menilik video iklan komersil dimasa pandemi di indonesia. *Senada*, 5, 133–139.
- Moran, R. J. D. B. (2016). *Tantangan pasca produksi film*. 16(4), 450–457.
- Pujihastuti. (2010). Isti Pujihastuti Abstract. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.
- Purnomo, M., Yuliati, Y., Shinta, A., & Riana, F. D. (2021). Developing coffee culture among indonesia’s middle-class: A case study in a coffee-producing country. *Cogent Social Sciences*, 7(1).  
<https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1949808>
- Puspa, R., & Yani Hardiyanti, N. (2021). Coffee Culture di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(1), 26.  
<https://doi.org/10.20473/medkom.v2i1.26380>
- S Sandita. (2019). Makna Pesan Melalui Teknik Kamera. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Saleh, Y. R., Arya, I. F., & Afriandi, I. (2016). Film yang Efektif Sebagai Media Promosi Kesehatan bagi Masyarakat. *Jurnal Sistem Kesehatan*, 2(2), 70–78.  
<https://doi.org/10.24198/jsk.v2i2.11245>
- Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). PEMANFAATAN YOUTUBE TUNEJAVA SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI DIGITAL. In *Suparyanto dan Rosad (2015 (Vol. 5, Issue 3)*.
- Utomo, A. (2017). Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. *Membangun Visual Storytelling Dengan Komposisi Dinamik Pada Sinematografi Film Fiksi “Asmaradana*, 1(1), 1–24.  
<http://digilib.isi.ac.id/4234/7/JURNAL SKRIPSI 1210003132.pdf>