

## DAFTAR PUSTAKA

- (Adi Permadi et al., 2022) Adi Permadi, L., Aida Arifah Tara, N., Sri Oktariyani, G. A., Manajemen, J., & Faktor-Faktor Penentu Strategi Pemasaran Desa Wisata Banyumulek, I. (2022). IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR PENENTU STRATEGI PEMASARAN DESA WISATA BANYUMULEK. 11. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i4.751>
- Abdurrachman. *Dasar-dasar public relations*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001).
- Ade sanjaya, *Pengertian Tujuan dan Bentuk Menurut Definois Para Ahli*. Diakses melalui alamat: <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertianpromosi-tujuandanbentuk.html>, tanggal 4 Desember 2017.
- Andre, *Peran penting PR Pariwisata*, diakses melalui: <http://www.lspr.edu/pritakemalgani/wawancaramajalah-travel-club>, 13 maret 2018.
- Bonar, *Hubungan Masyarakat Modern*, (PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1993).
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Darmadi. *Metode penelitian pendidikan dan sosial:(teori konsep dasar dan implementasi)*/Hamid Darmadi. (Bandung: Alfabeta, 2014).
- F. Rachmadi, *Public Relation Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama,1994), 6
- (Fajri et al., 2019) Fajri, N., Amanah, A. :, & Syahida, R. (2019). STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM MEMBENTUK VILLAGE BRANDING WISATA KUNGKUK KOTA BATU. 8(4), 249. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)

- (Ishtiaq, 2019) Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- (Juariyah & Swandayani, 2019) Juariyah & Swandayani, A. (2019). OPINI MASYARAKAT DESA KERTOSARI JEMBER SEPUTAR PERUBAHAN TEMPAT PENGOLAHAN AKHIR SAMPAH (TPA) MENJADI OBJEK WISATA EDUKATIF. *Jurnal Ilmu Komunikasi MEDIKOM*, 02(02).
- Lamarang Alfikri. 2019. (PERANAN HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW UTARA (The Role of Public Relations Towards Tourism Promotion in North Bolaang Mongondow Regency), n.d.)
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana. Prenada Media, 2010). 16
- Musanef. *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. (Jakarta: Toko Gunung Agung, 1996).
- (Nurdiani, 2014) Nurdiani, N. (2014). TEKNIK SAMPLING SNOWBALL DALAM PENELITIAN LAPANGAN (Vol. 5, Issue 2).
- (Oktaviani, 2018) Oktaviani, F. (2018). Strategi Branding Public Relations. In *Jendela Alam"... MediaTor* (Vol. 11, Issue 2).
- (Juariyah, Robiatul Adawiyah, 2021) Robiatul Adawiyah, P. (2021). PENINGKATAN BUDAYA LITERASI BAGI MASYARAKAT MILENIA PEDESAAN. 04(02), 2656–5706. <https://doi.org/10.32528/mdk.v4i2.5867>

Robiatul Adawiyah, P. (2021). *PENINGKATAN BUDAYA LITERASI BAGI MASYARAKAT MILENIA PEDESAAN*. 04(02), 2656–5706.  
<https://doi.org/10.32528/mdk.v4i2.5867>

UR140166, Sabriana, KPI - Sabri Ana. (n.d.).

Rosady, Ruslan. 2006. *Manajemen Humas Dan Media Komunikasi*. (Jakarta PT. Raja Grafindo) 10

Ruslan. (2022), *Hubungan Antara Peran Public Relation dengan Eksistensi Perusahaan Wisata Alam Pada PT Palawi Risorsis Kabupaten Banyumas*. Vol.1 (2)

Ruslan, *Manajemen Public Realties dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 26-27

(Sabriana. 2018). *KPI Peran Humas Dinas Pariwisata Kota Jambi dalam Mempromosikan Wisata Bersih : Studi Kasus Wisata Kampoeng Radja Kota Jambi*. Skripsi. Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thata Saifuddin.

Sanjaya. (2017). *Pengertian tujuan dan bentuk Menurut Definois Para Ahli*.  
<http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertianpromosi-tujuanandabentuk.htm>

Saputra. 2020. *Tugas Humas Untuk Meningkatkan Pengunjung Wisata Pendidikan dan Budaya di Museum Perjuangan Jambi*. Skripsi. Fakultas Dakwah. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi: Jambi.

Soekadijo, R.G. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Lingkage*,(Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 1997), 2.

Soekadijo. *Memahamii Pariwisata Sebagai Sistem Lingkage*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997).

Syahida, Apriliyati. Strategi Public Relation dalam Membentuk Village Branding Wisata Kungkuk Kota Batu. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 8 (4).

(Tevani & Mulyana, 2022) Tevani, T., & Mulyana, D. (2022). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Brand Image The Great Asia Africa Lembang. Bandung Conference Series: Public Relations, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1033>

