

DAFTAR PUSTAKA

- Cristina Nur Wijayanti, Ali Arif Setiawan, Widyantoro Yuliatmojo, Wahjoe Mawardiningsih, Jeratallah Aram Dani, Sri Wahyu Ening Handayani, & Setyo Purwanto. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Melalui Media Sosial Desa Pakahan, Jogonalan, Klaten. *Empowerment Journal*, 4(1), 29–35. <https://doi.org/10.30787/empowerment.v4i1.1440>
- Fadilah, A. L., Sari, A. N., Drupadi, M. V., Ilaina, T., & Cheryl, W. A. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram @sobo.ketanrame dalam Pengembangan Branding Desa Wisata Ketanrame*. 885–903.
- Fahrur, R. F. (2025). *KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DESA KEMIREN KABUPATEN BANYUWANGI SEBAGAI DESA WISATA BUDAYA*. 6(0), 167–186.
- Habibah, A. N., Mulyono, F., & Gunawan, C. (2023). Integrated Marketing Communication: How Imc Method Build a Brand Equity. *Marketgram Journal*, 1(1), 44–51. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Hanggraito, A. A., & Wijaya, J. C. A. (2025). Produk Intangible Wisata Budaya sebagai Representator Nilai Budaya Osing di Kabupaten Banyuwangi. *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi*. <https://e-journal.unair.ac.id/MEDKOM/article/download/71739/32705>
- Juariyah. (2022). *Komunikasi pemasaran wisata baru dalam memadukan konsep wisata alam dan edukasi di desa kemiri kabupaten jember*. 5(2), 44–55.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemp, S. (2025). *The “state of digital” in Indonesia in 2025*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). *Social*

media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251 <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Global ed.). Pearson.

Lestari, AA, Supriyono, S., & Sutono, S. (2026). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu melalui Model Pentahelix untuk Pengembangan Desa Pariwisata. *Jurnal Internasional Penelitian Multidisiplin Pendidikan Tinggi (IJMURHICA)* , 9 (1), 87–106. <https://doi.org/10.24036/ijmurhica.v9i1.461>

Mandalia, S., & Gautama, M. I. (2024). Analyzing Marketing Communication Strategies for “Satu Nagari Satu Event” Program in West Sumatra. *Mediator: Jurnal Komunikasi*. <https://discovery.dundee.ac.uk/en/publications/analyzing-marketing-communication-strategies-for-satu-nagari-satu/>

Maryami, M., & Alifahmi, H. (2026). Strategi Penceritaan Merek Destinasi: Analisis Naratif Akun Instagram Desa Wisata @dewitinalah di Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Timur Selatan* , 3 (02), 266 – 288. <https://doi.org/10.58812/esssh.v3i02.911>

Maulana, R., Dewi, S. F., & Syaifulloh, M. (2024). Efektivitas promosi melalui media sosial instagram terhadap minat berkunjung wisatawan di Agrowisata Kebun Teh Pagilaran Batang. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), 132-142.

Middleton, J. (1980). *Approaches to Communication Planning*. UNESCO.

Moh, A. (2025). Representasi Budaya Lokal Sampang Untuk Audiens Global: Analisis Promosi Lintas Budaya Di Instagram Sampang Kreatif. *JMA Jurnal Media Akademik*, 3(5), 3031–5220.

Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Menggali Strategi Visual dan Naratif @tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. *Journal of Education Research*, 5(3), 3158–3169. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1489>

- Peramusiwi, D., Wijayanti, C. N., Wisata, D., & Uno, S. S. (2024). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI MOJOGEDANGG KABUPATEN KARANANYAR*. 4(1), 1–11.
- Putri, SM, & Rohani, L. (2026). ANALISIS MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA DIGITAL DI WISATA PEMANDIAN ALAM SWEEMBATH DI DESA NAGA SOPA. *Jurnal Analytica Islamica* , 15 (3), 945-954.
- Rifa, M., & Kom, M. I. (2021). *POKDARWIS DESA JURUG DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI KASUS DI DESA WISATA JURUG KECAMATAN SOOKO KABUPATEN PONOROGO)*. 9(April), 20–35.
- Rudyy, H., Arief, S., & R, N. (2024). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DI ERA SOCIETY 5.0: SEBUAH LITERATURE REVIEW. *Ardiansah Rian*, 08(02), 1–10.
- Safitri, E., Lina Auliana, Iwan Sukoco, & Cecep Safaatul Barkah. (2022). Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 259–267. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art6>
- Sakti, A. P. P. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Giritengah Dan Desa Wisata Candirejo*.
- Saputra, C., & Ramansyah, A. (2023). *Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata*. 10, 52–60.
- Silalahi, A. T., & Asy'ari, R. (2022). Desa Wisata Kemiren: Menemukenali dari Perspektif Indikator Desa Wisata dan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(1), 14–24. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i1.104>
- Sungoro, M., & Setiawan, B. (2026). Analysis of Social Media Management Strategies: A Case Study of Bekelir Tourist Village. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*. <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/712>

- Sukarsa, N. M. A. L. D., Nugroho, S., et al. (2026). Data-Driven Digital Marketing Strategies to Enhance Tourist Visits in Rural Destinations: Evidence from Gobleg Village, Bali, Indonesia. *Tourism and*
<https://journal.poltekparmakassar.ac.id/index.php/tecd/article/view/975>
- Tasnim, Andrian, S., Idah, D. K., & Rahman, T. (2024). *Komunikasi Pemasaran* (Vol. 2).
- Tustini, I. G. A. A., & Suardana, K. P. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Memperkenalkan Destinasi Wisata Desa Suranadi Kabupaten Lombok Barat NTB. *Journal of Governance Innovation*, 6(2), 261–274. <https://doi.org/10.36636/jogiv.v6i2.4482>
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8, 73–83.
- Wijaya Murti, D. C. (2026). Village Branding and Strategic Communication: A Co-Creation Approach to Enhance Rural Tourism Villages in Indonesia Case Study. *Cogent Social Sciences*.
<https://doi.org/10.1080/23311886.2026.2624138>
- Nurahma, A., & Fikri, M. A. (2025). Analisis konten visual Instagram @desa_kemiren dalam membangun citra pariwisata Desa Kemiren. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 91–99.
<https://doi.org/10.21070/kanal.v13i2.1818>
- Puspitasari, D., Ilmi, A. F., Juwita, I. R., Andiko, M. W., & Budiani. (2026). *Penguatan promosi digital wisata budaya Desa Kemiren dengan pendekatan konten video berbasis media sosial*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Tapis Berseri*, 5(1), 80–88. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v5i1.183>
- Mudhawamah, Siti. (2025). Implementasi Green Governance dalam Pengembangan Desa Wisata Adat Osing Kemiren. *Journal Publicuho*, 8(4), 2504–2515. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v8i4.982>