

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Syarifudin. (17 Desember 2022). Lampau Target, Total Kunjungan Wisatawan di Sleman Tembus 6,5 Juta Orang , <https://jogja.tribunnews.com/2022/12/17/lampau-target-total-kunjungan-wisatawan-di-sleman-tembus-65-juta-orang>. 4 Oktober 2023, pukul 08.44
- Ana, Dwi Fitri. (2019). Pemanfaatan instagram sebagai media promosi potensi wisata dinas pariwisata Kabupaten Sleman. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(5), 445-450.
- Andi. Yulianto, A., & Kurniawan, A. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial YouTube pada UKM Kuliner di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 1-10.
- Arwiedya, Mochamad Ridzky. (2011). Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia). *Skripsi* tidak di publikasikan Program S1 Fakultas Ekonomi Univesitas Diponegoro
- Aziz, M. H. (2023). Prototipe Model Komunikasi Digital Pariwisata Berbasis Integrated Marketing Communication (IMC). *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 14(1), 37-49.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Erkan, I., & Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, 47–55. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.003>
- Fauzy, H. (2022). *Model Komunikasi Pemasaran Digital Di Era Pandemi Covid 19: Analisa Social Media Advertising, Electronic Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Dimediasi Brand Image (Studi Kasus Supermarket Hypermart Di Kota Tangerang)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).

- Habib, I., Novansyah, D., Arianto, R. D., Darmawan, H. N., & Radianto, D. O. (2023). Marketing Development Strategy In The Digital Age. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 817-826.
- Hadi, W., & Yulianto, A. (2021). Menggali potensi wisata alam untuk kegiatan sport tourism di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 142-150.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. and Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 18 No. 1, pp. 38-52
- Husen, T. I., Hadi, F., Hidayat, M. R., & Fatmayanti, F. (2023). Pelatihan Teknik Copywriting untuk Promosi Wisata Melalui Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Agro and Marine Industry*, 3(2), 18-27.
- Ilham, Yohanes, and M. Nastain. "Strategi komunikasi berbasis budaya pada cafe burjo borneo dalam meningkatkan penjualan." *Literasi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1.1 (2022).
- Jalilvand, M. R. (2012). The Effect of Electronic Word Of-Mouth on Brand Image and Purchase Intention. *Journals Of Marketing Inteligence And Planning*, Vol.30, Iss: 4, hal. 5- 5.
- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 14.

- Kurnianti, A. W. (2018). Strategi komunikasi pemasaran digital sebagai penggerak desa wisata kabupaten wonosobo provinsi jawa tengah. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180-190.
- Kusumawati, R. D., & Kurniawan, A. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 1-10.
- Kusumawati, R. D., & Kurniawan, A. (2019). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 1-10.
- Lestari, G. T., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Disporaparbud Kabupaten Purwakarta Melalui Media Aplikasi Sampurasun Dalam Mempromosikan Pariwisata. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1-10.
- Maya Hiregar, G. (2020). *Analisis Digital Marketing Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kabupaten Magetan* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Nasution, F. A., Safira, C., & Indainanto, Y. I. (2023). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Tebing Breksi Pasca-Pandemi. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 2(1), 38-47.
- Permono, M. S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Konten Instagram Pasca Pandemi Covid-19. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 37-46.

- Prayitno, S. (2021). Komunikasi Pemasaran Global Terpadu: Tantangan di Era Digital. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(1), 27-39.
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word Of Mouth Tradisional Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Merek. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(1).
- Priana, A., Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram@ riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85- 97.
- Raharjana, D. T., & Putra, H. S. A. (2020). Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 140-151.
- Rangkuti, A. H., & Khairani, L. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Wisata Park & Farm Sipirok Melalui Media Digital Instagram Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, 2(1), 43-49.
- Sari, R. P., & Kurniawan, A. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook pada UKM Makanan Ringan di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1-10.
- Sari, R. P., & Kurniawan, A. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Startup Layaria dalam Meningkatkan Subscriber. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*,

8(1), 1-10.

- Sudirman, F. A., Sarma, W. O. D., & Susilawaty, F. T. (2020). Promosi Pariwisata Melalui Digital Diplomacy: Upaya Internasionalisasi Pariwisata Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 5(3), 174-185.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi ke-2. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. (2010). *Marketing in Practice*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Utami, V. P., & Yuliana, G. D. (2017). Analisis Komunikasi Pemasaran Pada Hotel Salak The Heritage Bogor. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 7(2), 18-28.
- Waluyo, L. S., Wahyuningratna, R. N., & Falih, N. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL UPN VETERAN JAKARTA. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 5(2), 163-169.
- Wibowo, A., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial TikTok pada UKM Fashion di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 1-10.
- Yulianto, A., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 1-10.
- Zainal, M., & Kurniawan, A. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram pada UKM Kerajinan Tangan di Kota Yogyakarta.

Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 8(1), 1-10.

Zhang, J. Q., Craciun, G., & Shin, D. (2010). When does electronic word-of-mouth matter? A study of consumer product reviews. *Elsevier - Journal of Business Research*, 63(12), 1336-1341.

Zulkarnain, A., & Kurniawan, A. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram pada UKM Makanan Ringan di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1-10.

<https://pariwisata.slemankab.go.id/tugas-dan-fungsi/>. 21 November 2023 pukul 09.30

<https://pariwisata.slemankab.go.id/>. 4 Oktober 2023 pukul 16.48

<https://pariwisata.slemankab.go.id/tugas-dan-fungsi/>. 21 November 2023 pukul 09.30