

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Cetakan ke-1. Pranadamedia Group, Jakarta.
- Moleong, Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Rosda Karya, Bandung.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Terpadu*, Cetakan Pertama. Kencana Predana Media Group, Jakarta.
- Onong Uchjana, Effendy. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Rakhmat, Jalludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kriyantono, Rahmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana, Jakarta.
- UYP. 2019. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. Pasuruan: Universitas Yudharta Pasuruan.
- Balai Desa Sumberrejo. 2019. *File Dokumen Profile Desa Sumberrejo*. Sumberrejo, Purwosari: Kantor Balai Desa Sumberrejo Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan.

### JURNAL ONLINE

- Utami, Santi Muji. 2013. *Keterlibatan Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Potensi Wisata Di Kabupaten Semarang*. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang diakses dari situs: <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/FIS/article/view/5501> pada 14 Mei 2019.
- Martono, Edi. Dkk.2017. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah*. Universitas Gadjah Mada diakses dari situs: <https://jurnal.ugm.ac.id/jkn/article/view/18006> pada 14 Mei 2019.

Tyas, Ninik Wahyuning. 2018. *Potensi Pengembangan Desa Kliwonan Sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen*. Universitas Diponegoro diakses dari situs:

[https://www.researchgate.net/publication/327037982\\_Potensi\\_Pengembangan\\_Desha\\_Kliwonan\\_sebagai\\_Desha\\_Wisata\\_Batik\\_di\\_Kabupaten\\_Sragen](https://www.researchgate.net/publication/327037982_Potensi_Pengembangan_Desha_Kliwonan_sebagai_Desha_Wisata_Batik_di_Kabupaten_Sragen) pada 15 Mei 2019.

Dewanti, Amelia Ayu Via. 2016. *Tahapan Destination Branding Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta diakses dari situs:

[http://digilib.uin-suka.ac.id/22192/2/12730100\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/22192/2/12730100_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf) pada 15 Mei 2019.

## INTERNET

Syafitri, Imayana. 2018. Pengertian Facebook diakses dari situs:

<http://nesabamedia.com> pada 15 Mei 2019.

Situs Web. Wikipedia Bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas diakses dari situs:

<http://id.m.wikipedia.org/wiki/situsweb> pada 15 Mei 2019.

Situs Web. Wikipedia Youtube, ensiklopedia bebas diakses dari situs:

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/youtube> pada 19 Juli 2019.

Seon, 2018. Pengertian Media Sosial diakses dari situs:

<https://seon.co.id/pengertian-media-sosial-facebook-twitter-google-youtube-instagram> pada 15 Mei 2019.

Jumpinang River Tubing Sumberrejo diakses dari situs:

<http://picdeer.com/jempinangrafting> pada 17 Mei 2019.

Jumpinang River Tubing Sumberrejo diakses dari situs: <https://g.co/kgs/yLWFeP> pada 19 Mei 2019.

Saputra, Muhammad Irawan. *Destination Branding* diakses dari situs:

<https://muhammadirawansaputra.wordpress.com/tag/destination-branding/> pada 25 Juli 2019.

Pandu, Yesi. Strategi Pemasaran Pariwisata diakses dari situs:

<https://pemasaranpariwisata.com/2018/01/25/brand-destinasi/> pada 25 Juli 2019.

Desa Wisata Kertosari diakses dari situs:

<https://www.pasuruankab.go.id/berita2824-jalan-jalan-ke-desa-kertosari-desa-wisata-andalan-kecamatan-purwosari.html> pada 25 Juli 2019.