

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Rahmat, K. K. (2019). Komunikasi dan dukungan sosial di lingkungan masyarakat terdampak pembangunan Waduk Jatigede Sumedang. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 111-112.
- Ardelia Azhar Arifianti, R. H. (2021). Strategi perancangan destination branding di pandangan sebagai magnet. *Jurnal ekonomi, keuangan dan manajemen*, 288.
- Asyraf, J. A., Maryani, E., & Andari, R. (2022). The Role of Instagram Media In Branding Destinations Among Youth In Bukittinggi City. *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)*, 6(2), 161-164.
- Baihaqi, M. H. (2019). PENGARUH CITRA DESTINASI, PENGALAMAN BERKUNJUNG DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG (Studi Pada DINAS PARIWISATA PROVINSI BENGKULU. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, 31. Dinda Sekar Puspitarini, R. N. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI disertation, 021008 Universitas Tridinanti Palembang). Rushar, N. A. P., & Swasty, W. (2016). Local identity intervention in signage design: A case of Sri Baduga museum. *Humaniora*, 7(4), 493-504.
- Dolah, J., Huan, K. W., Gee, L. L. S., & Ismail, J. (2022). CREATIVE AND Fitri, F. R., Februadi, A. C., Elisabeth, V., & Yuardani, A. M. (2023). The Influence of
- Garaika, W. F. (2018). PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH
- Hailin, Kim, L. H., & Im, H. H. (2021). A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image. *JournalTourism Management*, 465-476.
- Harahap, A. S., Nabila, S., Sahyati, D., Tindaon, M., & Batubara, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Etika Remaja Di Era Digital. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(2), 9-9.
- Indriati, D. S. (2021). Urgensi Forum Komunikasi Umat Beragama dalam Mewujudkan Kerukunan Umat Beragama di Kota Manado. *transformasi*, 3(1), 120-140.

- Iskandar, M. I., & Islam, M. A. (2021). DESTINATION BRANDING: PENDEKATAN SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING DALAM PERANCANGAN MEDIA WISATA BAHARI TLOCOR SIDOARJO.
- Iskandar, M. I., & Islam, M. A. (2021). Destination branding: Pendekatan segmentation, targetting, dan positioning dalam perancangan media wisata Bahari Tlocor Sidoarjo. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 164-180. *Jurnal Barik*, 164-180.
- Kezia Ratih, A. L. (2019). PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA WISATA PUJON KIDUL MALANG JAWA TIMUR. *Jurnal komunikasi*, 2-3.
- Lubis, D. S. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *LITERASI JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 2(1), 183-191.
- Mastika, I. K., & Nimran, U. (2020). Destination branding model of an ecological tourism village in Bali, Indonesia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 31(3), 1068-1074.
- MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go LuckyHouse). *Jurnal Common*, 73.
- PABOUN (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU). Pengunjung Objek Wisata Pantai Kartini Kabupaten Jepara). *Jurnal UNNES*, 45.
- PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 25.
- Putra, E. M., & Asnan, M. (2022). Implementasi Tahapan Destination Branding Malang Beach Festival 2019. *Communicator Sphere*, 2(2), 55-68.
- Putri, A. A. (2021). STRATEGI BRANDING PARIWISATA BENGKULU OLEH Putri, D. K. A. D., & Nirawati, L. (2023). Optimalisasi Branding Produk dan Pengaplikasian Media Sosial sebagai Strategi Pengembangan pada UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 123-136.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism management*, 32(3), 465-476.
- Rachmawati, R. (2022). PENGARUH HARGA TIKET, CELEBRITY ENDORSE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN

KONSUMEN PADA BIOSKOP CINEPOLIS PALEMBANG  
ICON (Doctoral

- Rizal Syaifudin, D. D. (2021). STRATEGI HOTEL BRANDING AKIBAT PANDEMI COVID-19 STUDI KASUS PADA HOTEL BINTANG EMPATDAN LIMA DI PROVINSI BANTEN. *Journal Valuasi*, 246.
- RobbyHaqqi, M. (2020). TA: Perancangan Destination Branding Desa Wisata Tambakrejo Kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Rusmawati, S., & Utomo, A. R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Destination Branding Kawasan Wisata Kuliner Lawu Kauman Kota Blitar. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 453-460.
- Septiana, A., Setianti, Y., & Setiawan, W. (2023). Destination Branding Process of Bengkulu Regency as a Cultural Tourism Destination by the Board of Tourism, Culture, Youth and Sport. *Jurnal Riset Komunikasi*, 6(1), 12- 29.
- Sultan, A., & Fahrunnisa, F. (2023). Komunikasi Pariwisata Dan Brand Destinasi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Hiu Paus Di Kabupaten Sumbawa. *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 1(3), 117-135.
- Syaifudin, R., Desmawan, D., & Setyadi, S. (2021). STRATEGI HOTEL BRANDING AKIBAT PANDEMI COVID-19 STUDI KASUS PADA HOTEL BINTANG EMPAT DAN LIMA DI PROVINSI BANTEN. *Jurnal*
- Thomas, D. G., Sompie, S. R., & Brave A. Sugiarso. (2018). Virtual Tour SebagaiMedia Promosi InteraktifPeningapan Di Kepulauan Bunaken. *E-Journal Teknik Informatika*, 2301-8364. TOURISM. *Jurnal Gendang Alam (GA)*, 12(1), 71-82.
- TRIDA, M. (2022). DESTINATION BRANDING DESA PEBAUN HILIR KECAMATAN KUANTAN MUDIK KABUPATEN KUANTAN SINGINGI SEBAGAI DESA WISATA MELALUI WISATA TOBEK *Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 246.

Wijayanti, A. (2021). Efektivitas Instagram dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Indonesian Journal of Tourism and Leisure, 2(1), 26-39.