

DAFTAR PUSTAKA

- @mwv.mystic. (2021). *Cagar Budaya Istana Maimun*. Twitter.
https://x.com/mwv_mystic/status/1444254778490441741?s=46
- Adhiarso, D. S., Utari, P., & Slamet, Y. (2017). Pemberitaan Hoax di Media Online Ditinjau dari Konstruksi Berita dan Respon Netizen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(3), 215. <https://doi.org/10.31315/jik.v15i3.2173>
- Anisa Suci Rahmawati, & Ferry Darmawan. (2022). Kredibilitas Pemberitaan Distribusi Vaksin Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i2.491>
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, A. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(2), 266–277. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i2.704>
- Arisandy, D. P. (2023). Realitas Media Massa Lokal dan Politik Dalam Proses Demokrasi di Kota Langsa. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 14(2), 189–204. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v14i2.7569>
- Aronsson, I. L., & Price, S. (2024). Culture, heritage, memory: toward a resonant cultural solution for resettlement. *Human Organization*, 0(0), 1–12. <https://doi.org/10.1080/00187259.2024.2307845>
- Aticha, V. (2024). Etika dalam Komunikasi Massa : Analisis Penyebaran Informasi di Media Sosial dan Implikasinya bagi Masyarakat. *Circle Archive*, 1(6), 1–7. <https://circle-archive.com/index.php/carc/article/view/338>
- Baharuddin, T., Sairin, S. S., Qodir, Z., Jubba, H., & Nurmandi, A. (2022). Partisipasi dan kepercayaan sosial daring: kebijakan vaksinasi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 277–290. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3680>

- Balqis, M., & Samatan, N. (2021). Pemaknaan Korban Kekerasan Seksual (Analisis Resepsi Audiens Terhadap Film 27 Steps of May). *Jurnal Publisitas*, 8(1), 49–60. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v8i1.63>
- Chigora, F., Ndlovu, J., & Nyagadza, B. (2024). Building positive Zimbabwean tourism festival, event and destination brand image and equity: a systematic literature review. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2318867>
- Cui, X., & Song, Z. (2024). Cultural heritage tourism at film-related tourism sites: staged and existential authenticity at Hengdian World Studios. *Journal of Heritage Tourism*, May, 1–18. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2024.2346505>
- Damstra, A., Boomgaarden, H. G., Broda, E., Lindgren, E., Strömbäck, J., Tsifti, Y., & Vliegenthart, R. (2021). What Does Fake Look Like? A Review of the Literature on Intentional Deception in the News and on Social Media. *Journalism Studies*, 22(14), 1947–1963. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1979423>
- Dede Yuyu, Cecep Suryana, E. D. (2024). Suara.com. *Annaba : Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 9(1), 23–42. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba%0APeran>
- Dhamayanti, R. (2015). POLIGAMI DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP ALASAN POLIGAMI DALAM FILM INDONESIA TAHUN Rahmalia Dhamayanti. *Komuniti*, 7(1), 37–44. <https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/2447/1703>
- Diansyah, F. (2023). PROGRAM CSR PT. DJARUM KUDUS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN. *Journal of Public Relations*, 1(1), 1–24. https://www.researchgate.net/publication/376315609_PROGRAM_CSR_PT_DJARUM_KUDUS_DALAM_MEMBANGUN_CITRA_PERUSAHAN

- Dunk-West, P., & Saxton, K. (2024). Qualitative Social Research: Critical Methods for Social Change. *Qualitative Social Research: Critical Methods for Social Change*, 3(2), 1–105. <https://doi.org/10.4324/9781003316732>
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26–37. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>
- Dwita, D. (2016). TELEVISI DAN KEPENTINGAN PEMILIK MODAL DALAM PERSPEKTIF TEORI EKONOMI POLITIK MEDIA. *Jurnal Iptek Terapan*, 10(3), 252–261. <https://doi.org/10.22216/jit.2016.v10i3.526>
- Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Etikasari, E., & Rambe, E. (2022). Strategi Komunikasi pemerintah Kota Medan dalam Pengembangan Pariwisata Istana Maimun. *An-Nadwah*, 28(2), 46–50. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/nadwah/article/view/13910>
- Fadilah, N., Saritza, Z., Aulia, F., Anwar, M. F., & Simamora, I. Y. (2023). Strategi Pemko Medan Dalam Mempertahankan Istana Maimun sebagai Ikon Wisata Kota Medan. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1503–1509. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.4432>
- Falah, M. W., Nasrudin, Jayanti, Y., & Utami, S. (2013). RUMAH INDONESIA BERNUANSA “INDONESIA NEGARA 1000 BUDAYA” SEBAGAI SARANA INFORMASI SEKALIGUS UNTUK MEMPERKENALKAN BUDAYA INDONESIA PADA MASYARAKAT DI PERBATASAN. *Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional Program Kreativitas Mahasiswa - Gagasan Tertulis (PIMNAS PKM-GT)*, 1–10. <https://www.neliti.com/publications/169811/rumah-indonesia-bernuansa-indonesia-negara-1000-budaya-sebagai-sarana-informasi>

- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring YouTube Marketing Communication: Brand awareness, brand image and purchase intention in the millennial generation. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1787733>
- Guenther, L., Ibrahim, Y., Lüdemann, J., O'Brian, C. I., Pavenstädt, C. N., Sievert, I. J., Brüggemann, M., Rödder, S., & Schnegg, M. (2024). Social Constructions of Climate Futures: Reframing Science's Harmful Impact Frame Across News Media, Social Movements, and Local Communities. *Environmental Communication*, 18(3), 322–338. <https://doi.org/10.1080/17524032.2024.2305827>
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *KOMUNIKASI MASSA* (1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media. www.google.com
- Hameleers, M. (2024). Why Do Social Media Users Accept, Doubt or Resist Corrective Information? A Qualitative Analysis of Comments in Response to Corrective Information on Social Media. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2340591>
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Kholid Mawardi, M. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 38(1), 1–9.
- Haryanti, A., & Ratna Sari, S. D. S. (2018). Analysis of Audience Reception on Youtube Towards Anti Cyberbullying Video Campaign in the Cyber Bully By Cameoproject. *Social Economics and Ecology International Journal (SEEIJ)*, 2(1), 57–63. <https://doi.org/10.31397/seeij.v2i1.20>
- Heim, S., Chan-Olmsted, S., Fantapié Altobelli, C., Fretschner, M., & Wolter, L. C. (2023). Exploring Trust in Media Brands Today: Definition, Dimensions and Cross-national Differences. *JMM International Journal on Media Management*, 25(1–2), 59–89. <https://doi.org/10.1080/14241277.2024.2336266>

- Isti Pujihastuti. (2010). Isti Pujihastuti Abstract. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.
- Istijanto, & Purusottama, A. (2023). Is traditional media communication less effective than social media and personal selling for brand building? Empirical evidence from a cosmetics brand in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2276620>
- Kamuli, S., Latare, S., Sahi, Y., PPKn, P., Ilmu Sosial, F., Negeri Gorontalo, U., Sosiologi, J., & Negeri Gorontalo Correspondence Author, U. (2023). Implikasi Konflik Partai Politik Terhadap Paradigma Pemilih Pemula Menjelang Pemilu 2024 Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 3158–3170. <https://jim.usk.ac.id/sejarah>
- Karlsen, R., & Aalberg, T. (2023). Social Media and Trust in News: An Experimental Study of the Effect of Facebook on News Story Credibility. *Digital Journalism*, 11(1), 144–160. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1945938>
- Kurniawan, A., Khasanah, F., Dawami, Saleh, M. S., Muhammadiyah, M., Mukri, S. G., Windayani, Rukmana, A. Y., & AR, M. Y. (2023). *TEORI KOMUNIKASI PEMBELAJARAN* (1st ed.). PT Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Laksono, P. (2019). KUASA MEDIA DALAM KOMUNIKASI MASSA Kata kunci. *Jurnal Al-Tsiqoh(Dakwah Dan Ekonomi)*, 4(2), 49–61. <https://core.ac.uk/download/pdf/288203186.pdf>
- Lingga, R. A. (2020). *Pengaruh Sadar Wisata dan Brand Wonderful Indonesia terhadap Minat Kunjungan pada Istana Maimun Medan*. 2(2), 88–94.
- Luekveerawattana, R. (2024). Enhancing innovation in cultural heritage tourism: navigating external factors. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2301813>

- M. Salajang, S., U.L. Mangobi, J., & Beslar, J. F. (2023). Penggunaan Aplikasi NVIVO dalam Menganalisis Kesalahan Siswa Menyelesaikan Soal Cerita Materi Pecahan. *GAUSS: Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(2), 65–77. <https://doi.org/10.30656/gauss.v6i2.7224>
- Madani, R. (2022). The new image of Saudi cultural shift; MDL Beast music festival; Saudi Vision 2030. *Cogent Arts and Humanities*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2105511>
- Mahdayeni, Alhaddad, M. R., & Saleh Ahmad Syukri. (2019). MANUSIA DAN KEBUDAYAAN (MANUSIA DAN SEJARAH KEBUDAYAAN, MANUSIA DALAM KEANEKARAGAMAN BUDAYA DAN PERADABAN, MANUSIA DAN SUMBER PENGHIDUPAN). *TADBIR Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 154–165.
- Malik, M. A. (2012). Academic Research International. Part II. *Academic Research International*, 2(1).
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/index>
- Milenia, V. P., & Pamungkas, W. A. (2019). Eksistensi Citra Budaya Jawa-Eropa Perkampungan Kauman di Era Modernisasi. *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial*, 180–184.
- Ng, K. C., Tang, J., & Lee, D. (2021). The Effect of Platform Intervention Policies on Fake News Dissemination and Survival: An Empirical Examination. *Journal of Management Information Systems*, 38(4), 898–930. <https://doi.org/10.1080/07421222.2021.1990612>
- Nilsson, K., Egan Sjölander, A., & Landstedt, E. (2023). No clear connections: a study of the association between news media use, public trust, and Swedish social services. *European Journal of Social Work*, 0(0), 1–14.

<https://doi.org/10.1080/13691457.2023.2266588>

Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online the Role of Mass Media in Facing Online Media Attacks. *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUIKASI MASSA Section*, 2(1), 51–64.

Pakura, S., & Rudeloff, C. (2020). How entrepreneurs build brands and reputation with social media PR: empirical insights from start-ups in Germany. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 35(2), 1–28. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1728490>

Paludi, S. (2017). ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) TERHADAP CITRA DESTINASI, KEPUASAN WISATAWAN, DAN LOYALITAS DESTINASI PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI (PBB) SETU BABAKAN JAKARTA SELATAN. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7.

Perdana, D. D. (2020). Reception Analysis of Related Audience by Watching “Sexy Killers” the Documentary Film. *Atlantis Press SARL*, 423(October 2019), 86–98. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.009>

Potter, M. (2017). Story systems. The potential of transmedia storytelling as material embodiment of a collective enactment of place and identity. *On the Network, within the Network : Production, Research, Cultural and Artistic Communication in the Internet Era*, December. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1134128>

Puspitasari, M., & Abidin, S. (2024). Pengaruh Kredibilitas Berita Dan Jenis Berita Pada Konten Insragram @Batamnewsonline Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers. *Scientia Journal*, 6(2), 1–10. <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i2.8322>

Rahmaniah, A. (2012). *BUDAYA DAN IDENTITAS*. Dwiputra Pustaka Jaya.

Ramadhani, N. (2024). Penerapan Service Quality Dalam Upaya Menjaga Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Sumut Syariah Kcp Binjai.

- JRIME: JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI* , 2(2), 10–17.
<https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1429>
- Ridha, N. (2017). Paradigm. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.
<https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Rizki Lubis, M. (2023). Strategi Peningkatan Pelayanan Istana Maimun Sebagai Warisan Budaya Melayu. *Tourism, Hospitality And Culture Insights Journal*, 3(1), 41–47. <https://doi.org/10.36983/thcij.v3i1.439>
- Romadhan, M. I. (2020). Membangun Citra Budaya Masyarakat Sumenep Melalui Festival Musik Tong-Tong. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 5(1), 77. <https://doi.org/10.20527/mc.v5i1.6993>
- Rončáková, T. (2022). The image of Christian churches in the Slovak and Czech media during the first wave of the Covid-19 pandemic. *Church, Communication and Culture*, 7(1), 127–153.
<https://doi.org/10.1080/23753234.2022.2036622>
- Santosa, A. D., Lastariwati, B., Sovitriana, R., Nilawati, E., & Trisnawati, N. (2020). Ketahanan Keluarga Sebagai Pilar Pembangunan (Analisis Kualitatif Menggunakan Nvivo). *Ikraith-Abdimas*, 3(2), 69–80.
- Santoso, P. (2016). KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Al-Balagh*, 1(1), 30–48. <https://core.ac.uk/download/pdf/266976993.pdf>
- Schaefer, S. M. (2023). The corporate social media creep. *Culture and Organization*, 29(2), 124–138.
<https://doi.org/10.1080/14759551.2022.2153129>
- Setiadi, T. (2023). Manajemen Corporate Image melalui Media Sosial: Studi Literatur tentang Citra Perusahaan dan Perkembangan Teknologi Media. *Jurnal Representamen*, 9(01), 18–30.
<https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.8380>
- Sitorus, R. R., & Tambun, S. (2023). Pelatihan riset kualitatif bidang akuntansi

dengan perangkat lunak NVivo pada prodi magister akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha. *Ruang Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 13–21.

Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139–156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>

Styliadis, D., & Quintero, A. M. D. (2022). Understanding the Effect of Place Image and Knowledge of Tourism on Residents' Attitudes Towards Tourism and Their Word-of-Mouth Intentions: Evidence from Seville, Spain. *Tourism Planning and Development*, 19(5), 433–450. <https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2049859>

Thomas, R., McDowell-Naylor, D., & Cushion, S. (2024). Understanding “Good” and “Bad” Twitter Practices in Alternative Media: An Analysis of Online Political Media in the UK (2015–2018). *Journalism Practice*, 18(3), 683–702. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2050469>

Tjahyadi, I., Wafa, H., & Zamroni, M. (2019). *INDRA TJAHYADI HOSNOL WAFKAJIAN BUDAYA LOKAL AL* (1st ed.). Pagan Press.

Walulya, G., & Selnes, F. N. (2023). “I thought You Are Beautiful”: Uganda Women Journalists' Tales of Mob Violence on Social Media. *Digital Journalism*, 11(10), 1962–1981. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2170899>

Young, C., Cover, R., Parker, L., & Ostapets, K. (2024). Conveying COVID-19 Health Information with CALD Social Media Influencers: The Cultural Role of Brand Consistency and Relatability for Identity Authenticity. *Journal of Intercultural Studies*. <https://doi.org/10.1080/07256868.2024.2325974>

- Agus Hendrayady, D. P. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Kota Bandung: Media Sains Indonesia.
- Agustini, A. G. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif)*. Tanjung Morawa: PT. Mifandi Mandiri Digital .
- Ammaria, H. (2017). KOMUNIKASI DAN BUDAYA. *Jurnal Peurawi (Media Kajian Komunikasi Islam) Vol 1, No. 1*, 1-19.
- Amrial, A. M. (2017). Penta helix model: A sustainable development solution through the industrial sector. *Conference Paper*, 152-156.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN (Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk UMKM. *Jurnal NeO-Bis Vol. 8, No. 2*, 176-189.
- Cresswell, J. W. (2013). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- detiksumut. (2023, Maret 6). *Bobby Sebut Revitalisasi Istana Maimun Terkendala Masalah Keluarga Sultan*. Diambil kembali dari <https://www.detik.com/sumut/berita/d-6603101/bobby-sebut-revitalisasi-istana-maimun-terkendala-masalah-keluarga-sultan>
- Dwi Chaya Laundra, F. F. (2021). Mengenal dan Melestarikan Budaya Melayu Deli di Kota Medan Sumatera Utara. *Jotika Journal in Education, Vol. 1, No.1*, 6-9.
- Edoardus E. Maturbongs, R. L. (2020). Kolaborasi Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Merauke. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Vol 3 , No. 1*, 55-63.
- Hasan, M., & dkk. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Sukoharjo: Tahta Media Group .
- Hulasoh, E. (2018). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU UMROH ESQ TOUR TRAVEL PT. FAJRUL IKHSAN WISATA. *Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol. 1 No.2*, 32-44.

- IDNTimes Sumut. (2022, Februari 13). *Dulu Istana Terindah di Indonesia, Ini 5 Fakta Menarik Istana Maimun*. Diambil kembali dari <https://sumut.idntimes.com/travel/destination/indra/fakta-menarik-istana-maimun-yang-mewah-nan-megah-di-medan-c1c2-regional-sumut?page=all>
- IDNTimes Sumut. (2022, Februari 13). *Dulu Istana Terindah di Indonesia, Ini 5 Fakta Menarik Istana Maimun*. Diambil kembali dari <https://sumut.idntimes.com/travel/destination/indra/fakta-menarik-istana-maimun-yang-mewah-nan-megah-di-medan-c1c2-regional-sumut?page=all>
- ITJEN KEMENDIKBUDRISTEK. (2024, Februari 17). *Menapaki Jejak Sejarah di Istana Maimun, Destinasi Wisata Bersejarah Kota Medan*. Diambil kembali dari <https://itjen.kemdikbud.go.id/web/menapaki-jejak-sejarah-di-istana-maimun-destinasi-wisata-bersejarah-kota-medan-2/>
- Junedi Singarimbun, d. N. (2023). SETEPAK SIRIH SEJUTA PESAN: KAJIAN KOMUNIKASI SIMBOLIS KEARIFAN LOKAL BUDAYA MELAYU DI KOTA MEDAN. *JURNAL JUDIKA Vol. 1 No. 1*, 10-15.
- Keke, Y. (2015). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP BRAND AWARENESS. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik, Vol.2 No 1* , 172-186.
- Kompas Pedia. (2023, Maret 6). *Istana Maimoon Medan: Jejak Sejarah Kesultanan Deli dan Simbol Eksistensi Kebudayaan Melayu*. Diambil kembali dari https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/istana-maimoon-medan-jejak-sejarah-kesultanan-deli-dan-simbol-eksistensi-kebudayaan-melayu?track_source=kompaspedia-paywall%3Ftrack_medium%3Dlogin-paywall&track_content=https%3A%2F%2Fkompaspedia.kompas.id%2
- Liliweri, A. (2021). *Memahami Makna Kebudayaan dan Peradaban: Seri Pengantar Studi Kebudayaan*. Jakarta: Nusamedia.
- M. Ali Syamsuddin, P. P. (2016). Marketing Communication Strategy To Improve Tourism Potential. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 2, No 4,,* 160-166.

- Mardika, I. P. (2020). KOMUNIKASI BUDAYA DALAM RUMAH ADAT SEBAGAI ARSITEKTUR BERKELANJUTAN DI DESA JULAH, KECAMATAN TEJAKULA, KABUPATEN BULELENG. *COMMUNICARE Volume 1 No. 1*, 40-50.
- Menteri Pariwisata Republik Indonesia. (2016, Agustus 30). *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 14 Tahun 2016* . Diambil kembali dari Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/171159/permenpar-no-14-tahun-2016>
- Morissan. (2018). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muntadliro. (2016). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU EKOWISATA DI KEBUN RAYA EKA KARYA, BEDUGUL, BALI. *UMPA Volume 3 Nomor 1*, 40-49.
- Nasution, T. (2021). KEBIJAKAN PARIWISATA INDONESIA PADA ERA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Analis Kebijakan Vol. 5 No.2* , 149-165.
- Olahkarsa. (2021). *Mengenal 4 Pilar Sustainable Development Goals (SDGs)*. Diambil kembali dari <https://blog.olahkarsa.com/mengenal-4-pilar-sustainable-development-goals-sdgs/>
- Peter Jones, D. H. (2017). The Sustainable Development Goals and the Tourism and Hospitality Industry. *Athens Journal of Tourism - Volume 4, Issue 1* , 7-18.
- Portal Informasi Indonesia. (2019, Mei 27). *Istana Maimoon, Simbol Akulturasi Budaya*. Diambil kembali dari <https://indonesia.go.id/ragam/budaya/kebudayaan/istana-maimoon-simbol-akulturasi-budaya>
- Republika. (2022, September 19). *Kondisi Istana Maimun dan Kehidupan Kerabat Kesultanan Deli Memprihatinkan*. Diambil kembali dari Kondisi Istana Maimun Medan memprihatinkan: <https://news.republika.co.id/berita/rig9ef385/kondisi-istana-maimun-dan-kehidupan-kerabat-kesultanan-deli-memprihatinkan>
- Resa Vio Vani, S. O. (2020). Model Pentahelix Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kota Pekanbaru. *PUBLIKAUMA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik UMA*, 8 (1), 63-70.

- Ridha, N. (2017). PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN. *Jurnal Hikmah, Volume 14, No. 1*, 62-70.
- Rokhamah, P. R. (2024). *METODE PENELITIAN KUALITATIF (TEORI, METODE DAN PRAKTIK)*. Bandung: WIDINA MEDIA UTAMA.
- Satori, D. d. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Seraphin, H. (2021). Tourism: how to achieve the sustainable development goals. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes Vol. 13 No. 1*, 3-8.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono, E. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati Abdullah, H. B. (2024). *Komunikasi Sosial dan Lintas Budaya*. Agam, Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Susanty, A., & dkk. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Malang: FUTURE SCIENCE.
- Syamsuddin, N., & dkk. (2023). *DASAR-DASAR METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Bima: YAYASAN HAMJAH DIHA.
- Terry Flew, d. K. (2021). The impact of COVID-19 on cultural tourism: art, culture and communication in four regional sites of Queensland, Australia. *Media International Australia Vol. 178(1)*, 16-20.
- tirto.id. (2024, September 6). *Sejarah Istana Maimun di Medan, Fakta Menarik, & Biaya Masuknya*. Diambil kembali dari <https://tirto.id/sejarah-istana-maimun-di-medan-fakta-menarik-biaya-masuknya-g3fA#:~:text=Istana%20Maimun%20merupakan%20karya%20arsitek%20Majoor%20Theodoor%20van,Namun%2C%20ia%20tetap%20saja%20berusaha%20mempertahankan%20nuansa%20Islam>.
- Tribun-Medan.com. (2023, Maret 7). *Wali Kota Bobby Beri Tanggapan Soal Istana Maimun Kota Medan di Nilai Mirip Pasar*. Diambil kembali dari

<https://medan.tribunnews.com/2023/03/07/wali-kota-bobby-beri-tanggapan-soal-istana-maimun-kota-medan-di-nilai-mirip-pasar>

Uno, H. B. (2020). PARADIGMA PENELITIAN. *Prosiding Webinar Magister Pendidikan Dasar Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo* (hal. 1-11). Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.

Yadi, A. (2020). Komunikasi dan Kebudayaan Islam di Indonesia. *Kalijaga Journal of Communication Vol. 2, No. 1*, 47-60.

Yunas, N. S. (2019). Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan 3 (1)* , 37-46.