

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. Iaras. (2019). ANALISIS STRATEGI BRANDING DESA WISATA GUNUNGSARI KECAMATAN MADIUN KABUPATEN MADIUN DALAM MEWUJUDKAN KAMPUNG BUDAYA BERBASIS BUDAYA JAWA. *Eprints.Umpo*, 1–9.
- Alisa, S. (2024). Analisis Strategi Digital Branding Rumah Atsiri Indonesia di Karanganyar Jawa tengah. *Eprints.Umpo*.
- Angraeni, A., Sofiwati, S., Fernando, J., & Hidayati, R. K. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial*. 09(01), 1–14. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7892>
- Arya, R., Faqih, A., & Ulya, N. R. (2023). *Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan di destinasi wisata firdaus fatimah zahra gunung pati semarang*.
- Denanindra, I. F. K. A. W. A., & Hutomo. (2023). Analisis Strategi Marketing dan Branding pada Akun Instagram Kopi Lokal Kekinian Indonesia. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 15–25.
- Irene Silviani, P. D. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (Imc)*. Scopindo Media Pustaka.
- Ishanan. (2017). Dakwah di Era Cyberculture: Peluang dan Tantangan. *Komunike*, 91–104.
- Maharani, R. A. (2025). ANALISIS DESTINATION BRANDING POKDARWIS DEWANA DALAM MENGEMBANGKAN DESA WISATA BERBASIS BUDAYA DI DESA NGADIWONO, KABUPATEN PASURUAN, JAWA TIMUR. *Ejournal.Unesa.Ac.Id*.
- Meilasari, P., Yustisiana, R. A., & Ganjari, L. E. (2024). Community Development di Kawasan Wisata Budaya Desa Gunungsari, Kabupaten Madiun. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 110–115. <https://doi.org/10.24002/senapas.v2i1.9237>
- Nigel Morgan, Annette Pritchard, R. P. (2007). *Destination Branding*.
- Sarwindah, H. M. Y. (2014). PENINGKATAN KOMPETENSI DIGITAL MARKETING DAN MARKETPLACE BAGI PESERTA DIDIK SMK NEGERI 5 PANGKALPINANG MELALUI PELATIHAN TERPADU. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3, 1073–1078.
- Setiawan, D. (2021). ANALISIS STRATEGI BRANDING DESA WISATA GUNUNGSARI KECAMATAN MADIUN KABUPATEN MADIUN DALAM MEWUJUDKAN KAMPUNG BUDAYA BERBASIS BUDAYA JAWA. *Repository Umpo*.
- Sophia Novita, F. (2021). STRATEGI DESTINATION BRANDING WADUK JATILUHUR SEBAGAI WISATA AIR UNGGULAN DI JAWA BARAT. *Jurnal Audience*, 1–27.

- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Syahrul Ramadhan, Ummu Salamah, R. M. P. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK SYAKUR PUTRI MELALUI PROGRAM KAMPANYE “HAP HUAP ASYIK.” *Lensa Mutiara Komunikasi*, 33(April), 117–128.
- Vivin Ary Syabella, M. A. M. (2025). PENGEMBANGAN OBJEK WISATA OLEH POKDARWIS KENCANA PADA DESA WISATA ADAT OSING KEMIREN BANYUWANGI. *Caraka Prabhu*.
- Zara Maulidia Hikmah, S. H. N. (2021). DESTINATION BRANDING SENTRA TENUN TROSO SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BUDAYA. *Citrakara*.

