

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Amru Almu, t., & Hendrajaya, J. (2019). Tradisi Selamatan Kematian Nyatus Nyewu: Implikasi Nilai Pluralisme Islam Jawa. *Jurnal Lektur Keagamaan Vol.17 No. 2*.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan.
- Baker, B. (2019). *Place Branding For Small Cities, Regions & Downtowns*.
- Cavia, F., M, K., & N, M. (2018). Place Branding : A communication perspective. *Communication & Society*, 3.
- Dian, P., Fawwaz, Bisma, David, Hari, S., Tri, P., . . . Khadiqul, F. (2025). Strategi Branding Desa Wisata Katongan melalui Media Visual dan Optimalisasi Konten Media Digital UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 814-826.
- Dr. J.R. Raco, M. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Efrita, N. (2015). *Strategi Komunikasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata*.
- Fadillah, M. N., Anwar, H., & Zainab, S. (2020). Tradisi Kenduri Kematian di Desa Kampung Baru, Kabupaten Katingan. *Jurnal Studi Keislaman*.
- Fahrudi, E., & Alfadhilah, J. (2022). Makna Simbolik "Bulan Suro" Kenduri dan Selamatan dalam Tradisi Islam Jawa. *Journal Of Dakwah Manajement*.
- Fasya, S., & Reni, D. (2018). Perencanaan Komunikasi Pemasaran Wonderful Indonesia sebagai Place Branding Indonesia. *Journal of Communication Studies*, 68.
- Hikmawan, Y., & Pradhanawati, A. (2016). Analisis Keterkaitan Media Sosial, Mord of Mouth, Potensi Wisata, dan Praktik Place Branding di Taman Nasional Karimunjawa, Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Ilahi, A. (2023). Teknik Analisis Kualitatif.

- Indriani, J., & Kuswoyo, C. (2017). Pengaruh City Branding pada City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*.
- Ivani, S. Z. (2015). Pengaruh City Branding "Enjoy Jakarta" terhadap Citra Kota dan Keputusan Berkunjung Youth Traveler ke Jakarta. *Skripsi diterbitkan (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*.
- Kavaratzis, G., W., & J., A. G. (2015). In Rethinking Place branding: Comprehensive Brand Development for Cities and Regions. *Sketching future for place branding*.
- Kharisma, & Setyo, Y. (2022). Seni Pertunjukkan Arak-Arakan dalam Upacara Adat Kenduri Bungah di Desa Bedingin Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Seni Drama Tari dan Musik*, 75.
- (2019). *Lestarian Budaya, Warga Desa Bedingin Gelar Kenduri Bungah*. Ponorogo: Kridha Rakyat.
- Nanda, E., Chandra, M., Azamudin, & Insan. (2025). Komunikasi Strategis Berbasis community Based Tourism (CBT) oleh BumDes Dalam Pengembangan Branding Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 173-183.
- Resty, & Fatimah. (2024). Bukit Gemplah : Pesona Alam dan Kekayaan Budaya di Desa Bedingin Ponorogo. *Jurnal Post*.
- Riadi, M. (2023). Pengertian, Fungsi, Jenis dan Sumber-sumber Tradisi. *Kajian Pustaka*.
- Salam, N. E., & Nurjannah. (2019). Komunikasi pariwisata budaya dalam mempromosikan city branding " Siak the truly Malay ". *PRofesi Humas*, 138.
- Salampessy, H., Suroso, I., & Wulandari, D. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap City Image, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty di Kota Ambon. *Bisma Jurnal Unej*.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.