

REFERENCES

- Ageng, F. R. (2014). *Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam penyelenggaraan event sebagai sarana promosi pariwisata kota Solo*. Universitas Sebelas Maret.
- Amaliah, N., Fianto, A. Y. A., & Yosep, S. P. (2015). Perancangan Media Promosi PT Petronika sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Art Nouveau*, 4(1), 133–143. <https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php/ArtNouveau/article/view/768/0>
- Aminuddin, M. (2018). *Jurnal Kesehatan Pasak Bumi Kalimantan (Publikasi Artikel Scince dan Art Kesehatan, Bermutu, Unggul, Manfaat dan Inovatif) JKPBK Vol. 1. No. 1 Juni 2018. 1(1), 51–71.*
- Assegaff, D. (1982). *Jurnalistik Masa Kini*. Ghalia Indonesia.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Ipmawan, F. P. (2014). Desain Media Promosi Objek Wisata Sanggaluri Purbalingga - Jawa Tengah. *Desain Media Promosi Objek Wisata Sanggaluri Purbalingga - Jawa Tengah*, 97.
- Iriantara, Y., & Surachman, Y. (2011). *Public relations Writing Pendekatan Teoretis dan Praktis*. Simbiosis Rekatama Media.
- Jannah, R. (2009). Media Pembelajaran. In *Media Pembelajaran*.
- Machfoedz & Suryani. (2007). *Pendidikan Kesehatan Bagian Dari Promosi Kesehatan*. Fitramaya.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. (2019). Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174–184. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20993>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Ri'ani, I. (2015). Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 187–197.

<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art5>

Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.

Setiawan, B., & Arfa, M. (2019). Efektifitas Promosi Perpustakaan Dalam Bentuk Brosur Terhadap Minat Kunjung Pemustaka: Studi Kasus Di Kantor Arsip Danperpustakaan Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 231–240. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22834>

Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama.

Syafruddin. (2003). *Pengaruh Media Cetak Brosur dalam Proses Adaptasi dan Difusi Inovasi Berternak Ayam Broiler di Kota Kendari* (Thesis). Pasca Sarjana UGM.

Wolah, F. F. C. (2016). Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *Jurnal Acta Diurna*, 5(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/11722>

Yudha, A. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Taka Publisher.

Yusuf, A. . (2014). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Kencana.

