

REFERENCES

- A.J, Muljadi. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andhika, A. 2019. Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Damayanti, L. S. (2019, December). Peranan keterampilan berbahasa Inggris dalam industri pariwisata. In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management* (Vol. 2, No. 1, pp. 71-82).
- Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga. (2019, Maret 18). *14 Tahun eksis, Owabong Penyangga Utama PAD Purbalingga*. Retrieved from <https://www.purbalinggakab.go.id/info/14-tahun-eksis-owabong-penyangga-utama-pad-purbalingga/>
- Fathoni, A. (2006). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Giani Putri, E. 2021. *Analisis Digital Promotion Dinas Pariwisata Kabupaten Magetan Dalam Promo Potensi Wisata Genilangit* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Indonesia, P. R. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Jatengprov. (2019, Maret 18). *Owabong Purbalingga Terima Dua Penghargaan*. Retrieved from <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/owabong-purbalingga-terima-dua-penghargaan/>
- Kemenparekraf. (2019). *Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*.
- Kemenparekraf. (2022). *Indeks Kinerja Pariwisata Indonesia Raih Peringkat ke-32 Besar Dunia Menurut WEF*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Retrieved from <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-indeks-kinerja-pariwisata-indonesia-raih-peringkat-ke-32-besar-dunia-menurut-wec>
- Mappi, A. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Gramedia Pustaka Utama.
- Prihandoko, A. 2008. *Analisis Potensi Obyek Wisata Alam di Kabupaten Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)

- Puspawati, D. P. H., & Ristanto, R. (2018). Strategi promosi digital untuk pengembangan pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1-20.
- Reino, D., & Hay, B. (2016). The use of YouTube as a tourism marketing tool. *Travel and tourism research association: advancing tourism research globally*.
- Ridwan, M. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Sofmedia Medan.
- Sabirin, J. T. S. (2021). *TA: Perancangan Video Promosi MC Edupark Cepu sebagai Upaya Peningkatan Kunjungan Wisata* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Saputra, A. D. (2017). *Perancangan Video Promosi Wisata Eling Bening Ambarawa Menggunakan Teknik Cinematic* (Doctoral dissertation, Program Studi Desain Komunikasi Visual FTI-UKSW).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sulistiono, D. (2023, Maret 19). *Owabong Purbalingga Diharapkan Terus Berinovasi, Semakin Berkreasi*. Banjarnegaraku.com. Retrieved March 28, 2023 from <https://banjarnegara.pikiran-rakyat.com/banyumasan/pr-2466448491/owabong-purbalingga-diharapkan-terus-berinovasi-semakin-berkreasi>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *PROfesi humas*, 3(1), 102-119.
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Yusuf, A. M. 2014. *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.