

DAFTAR PUSTAKA

- Adryanto, S. D. (2021, November 19). *Kisah UNESCO Mengakui Wayang Kulit sebagai Warisan Dunia Asal Indonesia*. Diambil kembali dari tempo.co: <https://nasional.tempo.co>
- Ahmad. (2024, April 2). *10 Warisan Budaya Indonesia Terancam Punah, Faigiziduhu Ndruru: Ancaman Hilangnya Identitas Bangsa!* Diambil kembali dari NAWACITAPOST: <https://www.nawacitapost.com/nasional/27319236/>
- Alifah. (2022, Mei 7). *10 Warisan Budaya Indonesia yang Terancam Punah*. Diambil kembali dari theAsianParent Indonesia: <https://id.theasianparent.com>
- Alipour, F. (2023). An Application of Social Marketing for Promoting HIV Testing in Iran. *BMC Public Health*, 2-9.
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang. *INA_Rxiv Papers*, 5.
- Aniasalsabila. (2024, Oktober 22). *Wayang Banyumasan: Sejarah, Proses, dan Pelestarian Budaya di Cilacap*. Diambil kembali dari budaya-indonesia.org: <https://budaya-indonesia.org/>
- Anjelin, C., & Wahyuni, I. I. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. *Communication*, 73-102.
- Arisyi, D. F. (2022). Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Budaya pada Sanggar Seni Tuah Sakato Kota Padang. *JURNAL TATA KELOLA SENI*, 53-64.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023, Oktober). *KBBI VI Daring*. Diambil kembali dari kemdikbud.go.id: <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- BuddyKu. (2022, September 19). *10 Kesenian Indonesia yang Hampir Punah*. Diambil kembali dari RCTI+: <https://www.rctiplus.com/news/detail/travel/>
- Cantika, A. D. (2022, Juni 30). *10 Warisan Budaya Indonesia yang Terancam Punah, Yuk Lestarikan!* Diambil kembali dari OKEZONE travel: <https://travel.okezone.com/>

- Citra, S. P. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PURU KAMBERA*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Cityguide. (2023, Oktober 2023). *Sederet Tradisi Indonesia yang Hampir Punah*. Diambil kembali dari City Guide 911 FM: <https://cityguide911fm.com/>
- Cresswell, J. W. (2014). *Research design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Banyumas. (2023). *Koleksi Museum Wayang Banyumas*. Banyumas: Pemerintah Kabupaten Banyumas.
- Erysandi, T. (2022, September 19). *10 Kesenian Indonesia yang Hampir Punah, Sempat Populer di Zamannya*. Diambil kembali dari iNews.id: <https://regional.inews.id/berita/>
- Estaswara, H. (2018). Tiga Dekade Perkembangan Integrated Marketing Communications (IMC): Sebuah Literatur Review. *GUNAHUMAS Jurnal Kehumasan*, 198-210.
- Fathurokhmah, F. (2024). *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gobel, & Jelita. (2017). Analisis Komunikasi Pemasaran Satuan Penugasan Pariwisata Di Provinsi Sulawesi Utara (Studi Pada Program Kunjungan 10.000 Turis Tiongkok). *Acta Diurna Komunikasi*.
- Hakim, H. I., Ohorella, N. R., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 115-117.
- Harisudin, M. (2019). METODE PENENTUAN FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN PENTING DALAM ANALISIS SWOT. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 109-111.
- Hernaya, A. (2018, November). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. hal. 4.
- Hidayat, D. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Indonesia, P. P. (2017). *SALINAN UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 5 TAHUN 2017 TENTANG PEMAJUAN KEBUDAYAAN*. Jakarta: Presiden Republik Indonesia.

- Irawan, R. E., & Fridha, M. (2017). Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness NET TV. *Jurnal Untag Surabaya*, 720-740.
- Kamayanti, A. (2022). *Metodologi Paradigma Nusantara*. Malang: Penerbit Peneleh.
- Khoirul , A. (2023, Juli 28). *Berikut Ini 7 Warisan Budaya di Indonesia yang Mulai Punah, Ada Senjata Tradisional Hingga Poong Jari*. Diambil kembali dari intisari Smart and Inspiring: <https://intisari.grid.id/read/033850102/>
- Kinanti, K. W., Pitana, T., & Yuliani, S. (2015). Gedung Seni dan Budaya Banyumas Dengan Pendekatan Lokalitas di Purwokerto. *Arsitektura*, Vol. 13, No. 2, 1.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana.
- Ma'as, A. (2023, Februari 17). *7 Budaya Indonesia Warisan Leluhur yang Terancam Punah Seiring Perkembangan Zaman*. Diambil kembali dari GRID Kids: <https://kids.grid.id/read/473696657/>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Napitupulu, L. (2023, Oktober 6). *5 Contoh Budaya Indonesia yang Hampir Punah*. Diambil kembali dari GAGA Radio: <https://gagaradio.org/>
- P. Rakhmada, R. (2014). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP FOLKLOR WAYANG KULIT DI DALAM UNDANG-UNDANG HAK CIPTA DAN INATANGIBLE CULTURAL HERITAGE. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Brawijaya*, 3.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: KENCANA.
- Pradani, A. D., Syahri, M., Tinus, A., & Lutfiana, R. (2021). Strategi Melestarikan Kesenian Wayang Kulit Dalam Upaya Meningkatkan Nasionalisme. *Antropocene: Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*, 21-28.
- Pranogyo, A. B., & Hendro, J. (2024). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Teori dan Praktik Efektif*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Priatna, Y. (2017). Melek informasi sebagai kunci keberhasilan pelestarian budaya lokal. *Publication Library and Information Science*, 37-43.

- Radar Jatim. (2023, Oktober 7). *RSP Ajak Generasi Muda Lestarkan Seni Budaya Tradisional Yang Hampir Punah*. Diambil kembali dari radarjatim.id: <https://radarjatim.id/>
- Radio Republik Indonesia. (2022, Juli 26). *10 Warisan Budaya Indonesia yang Terancam Punah*. Diambil kembali dari rri.co.id: <https://rri.co.id/index.php/daerah/37944/>
- Rahardjo, M. (2011). Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif.
- Rahayu, P. M. (2016). Pengembangan Strategi Pelestarian Budaya di Sanggar Tari Bali Saraswati Yogyakarta. *JURNAL TATA KELOLA SENI*, 84-86.
- Rahmatita, N., Susanto, H., & Sriwati. (2024). Menelisik Sejarah dan Nilai Sosial Budaya Dalam Pertunjukan Wayang Kulit Banjar. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 103-104.
- Raihan , F. (2024, Agustus 15). *Dinporabudpar Banyumas Kembangkan Koleksi Museum Wayang Jadi Sumber Kajian*. Diambil kembali dari rri.co.id: <https://www.rri.co.id/daerah/903581>
- Raufalzyh. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Labuan Bajo oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat NTT*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.
- Ruzqiyah, U. (2016). IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PADA YAYASAN NURUL IBAD JAKARTA TIMUR. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 71-80.
- Saddhono, K. (2017). Wayang purwa gagrag Banyumasan dan peran wali. *IBDA: Jurnal Kajian Islam dan Budaya*, 137-146.
- Sagala, R. B., & Kusumastuti, Y. I. (2017). EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL KAMPANYE SUSTAINABLE SEAFOOD, WWF-INDONESIA. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 55-64.
- Setiawan, D. A., Iswari, R., & Alimi, M. Y. (2018). Pelestarian Wayang Di Kabupaten Tegal Melalui Sanggar Satria Laras. *Solidarity*, 265-273.

- Soeswoyo, D. M., & Dewantara, M. H. (2022). Act-belong-commit: Developing strategic plan of sustainable tourism village in Indonesia through NVivo qualitative analysis. *Journal of Socioeconomics and Development*, 201-203.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmono, N. P. (2024, Oktober 7). *Cari Bibit Pedalangan, Dinporabudpar dan Pepadi Banyumas Bakal Gelar Lomba Dalang Bocah*. Diambil kembali dari Suara Merdeka Banyumas: <https://banyumas.suaramerdeka.com>
- Trisna, W. (2022, Juni 17). *10 Warisan Budaya Indonesia yang Hampir Punah*. Diambil kembali dari vocasia: <https://vocasia.id/>
- Triyatno, A. (2015, September). *Meramu dan Merangkum Gagrag Banyumas, Wayang Kulit Khas Banyumas*. Diambil kembali dari spektakel.id: <https://www.spektakel.id>
- Utama, A. P., & Murti, T. R. (2022). Strategi Pemasaran Berdasarkan Nilai: Kunci Untuk Mendapatkan Pelanggan Yang Loyal Ditengah Ketatnya Persaingan Usaha Dalam Era Pandemi Covid 19. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 110-117.
- Utomo, A. S. (2018). *Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas Dalam Melestarikan Kesenian Tradisional Ebeg*. Purwokerto: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman.
- Wahyudi, A. (2024, Agustus 24). *Sekda Buka Seminar Hasil Kajian Koleksi Museum Wayang Banyumas*. Diambil kembali dari Lensa Banyumas: <https://lensabanyumas.pikiran-rakyat.com>
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan. *Lentera*, 53-60.
- Wijaya, S. H. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Pendidikan Tertib Berlalu Lintas Pada Kalangan Anak Usia Dini. *Wahana : Tridarma Perguruan Tinggi*, 30-38.
- Zain, S., Unde, A., & Akbar, M. (2024). Marketing Communication Strategy for Latimojong Tourism Village in Increasing Tourist Visits. *International Journal of Religion*, 4614-4619.

