

DAFTAR PUSTAKA

- Agunggunanto, E. Y., Arianti, F., & Darwanto, E. W. K. D. (2016). Pengembangan Desa Mandiri Melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 67–81.
<https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/395>
- Agustin, E., & As'ari, H. (2022). Adaptive Governance dalam Pengelolaan Objek Wisata Taman Alam Mayang di Pekanbaru pada Masa Pandemi Covid-19. *Cross-Border*, 5(1), 901–923. <http://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/1190>
- Akasse, C. S., & Ramansyah. (2023). Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Desa Wisa. *Jurnal Socius: Jurnal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.457>
- Al, F. M. R., & Ifantri. (2021). Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4, 77–95. <https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/jesa/>
- Alizah, N., Ibrahim, M., & Adnan, A. A. (2020). Pengaruh Manajemen Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Terhadap Peningkatan Partisipasi Masyarakat Di Desa Bila Riase Kecamatan Pitu Riase Kabupaten Sidenreng Rappang. *MJ : Mocere Journal*, 2(2), 56–65. <https://doi.org/10.53654/mv.v2i2.118>
- Alparisi, S., Wiryono, & Aprianto, E. (2019). Evaluasi Tutupan Lahan Dan Efektivitas Pengelolaan Kawasan Taman Wisata Alam Bukit Kaba Provinsi Bengkulu. *Naturalis: Jurnal Penelitian Pengelolaan Sumber Daya Alam Dan Lingkungan*, 8(2), 11–19. <https://doi.org/10.31186/naturalis.8.2.9205>
- Ananda, I., & Dirgahayu, T. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Desa Wisata di Indonesia: A Systematic Literature Review. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8(4), 2991–2302.
<http://jurnal.mdp.ac.id/jatisi@mdp.ac.idrei>
- Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 26–30. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3515>
- Andhika, M. H. R., Hamzah, R. E., Pasaribu, M., & Putri, C. E. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi. *Jurnal Cyber PR*, 3(2), 81–93. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v3i2.4135>
- Anggoro, G. D., Dunan, A., & Karman, K. (2021). Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Memasarkan Destinasi Wisata Alam saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 223–236.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3787>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 663–674.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/38279>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi, S. (2020). Community-based Tourism village development strategies: A case of Borobudur tourism village

- area, Indonesia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398–413.
<https://doi.org/10.30892/gtg.29202-477>
- Astriyantika, M., & Cahyo, E. D. (2025). Mapping the Role and Collaboration of Stakeholders in Ecotourism Management and Creative Economic Development of the Tapis Lampung Center in the Lugusari Tourist Village, Lampung Province. *Jurnal Sumberdaya Akuatik Indopasifik*, 9(1), 24–32.
<https://doi.org/10.46252/jsai-fpik-unipa.2025.Vol.9.No.1.481>
- Astuti, M. T., & Noor, A. A. (2016). Daya Tarik Morotai Sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Bahari. *Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 25–46.
- Ayuningtyas, D. D., & Wibawani, S. (2022). Peran Badan Usaha Milik Desa (Bumdesa) Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(3), 281.
<https://doi.org/10.31258/jkp.v13i3.8095>
- Batra, R., & Keller, K. L. (2016). Integrating marketing communications: New findings, new lessons, and new ideas. *Journal of Marketing*, 80(6), 122–145.
<https://doi.org/10.1509/jm.15.0419>
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95–107.
<http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus%0A95>
- Buhalis, D., & Wagner, R. (2013). E-destinations: Global Best Practice in Tourism Technologies and Applications. In L. Cantoni & Z. (Phil) Xiang (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2013* (Issue 1, pp. 119–130). Springer Berlin, Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-36309-2>
- Cahyani, R., & B, A. E. S. (2024). Perancangan Standard Operating Procedure (SOP) di UMKM Puput Pastel Menggunakan metode Focus Group Discussion (FGD). *BJIE: Babasal Journal of Industrial Engineering*, 1(1), 1–7.
<https://lonsuit.unismuhluwuk.ac.id/BJIE/article/view/3382>
- Cordova-Buiza, F., Medina-Viruel, M. J., & Pérez-Gálvez, J. C. (2025). Community-based rural tourism: a mapping technique analysis study from 2005 to 2023. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1–14.
<https://doi.org/10.1057/s41599-025-04746-7>
- Dahana, K., Sulaiman, A. I., & Sari, L. K. (2023). Tourism Village Development through Media Extension and Marketing Promotion Communication. *Technium Social Sciences Journal*, 44, 639–655. <https://doi.org/10.47577/tssj.v44i1.8913>
- Dewi, I. C. (2023). Analisa Faktor-faktor Pelaksanaan Promosi Desa Wisata di Indonesia dalam Upaya meningkatkan Touristloyalty. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1003–1013.
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3086>
- Fairus, & Syah, H. (2020). Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada PT. Pancaran Samudera Transport, Jakarta. *Akuntansi*, 1–14.
<http://repository.stei.ac.id/2173/>
- Fatin, A. D., Devina, F., & Musleh, M. (2024). Kolaborasi Stakeholder dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Wisata Pandean Kecamatan Dongko Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Administrasi Publik*, 15(1), 28–47.
<https://doi.org/10.31506/jap.v15i1.22207>
- Febriyanti, Y., Suryasuciramadhan, A., Zulfikar, M., Nurhasanah, S., & Amalia, D. U. (2024). Penggunaan Media Sosial TikTok Produk The Originote Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 341–350.
<https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6133>
- Finne, Å., & Grönroos, C. (2017). Communication-in-use: customer-integrated

- marketing communication. *European Journal of Marketing*, 51(3), 445–463.
<https://doi.org/10.1108/EJM-08-2015-0553>
- Fitrianingsih, D., Warman, C., Febrianata, E., & Sulistiana, I. (2023). Optimalisasi Platform Digital Dalam Pengembangan Desa Wisata Tanjung Lesung. *JURNAL NAULI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 1–11.
<https://doi.org/10.1234/jurnal-nauli.v2i2.1030>
- Handayani, S., Hanila, S., & Nengsih, M. K. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Kain Batik Besurek Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 156–167. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i2.609>
- Hartini, K. (2023). Peran Badan Usaha Milik Desa Urip Jaya dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1556–1566. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.5134>
- Hasan, A., & Setiyaningtiyas, N. W. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Media Wisata*, 13(1), 224–238.
<https://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS/article/view/217>
- Hastutik, D., Padmaningrum, D., & Wibowo, A. (2021). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Ponggok Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 45(1), 46–58. <https://doi.org/10.20961/agritexts.v45i1.51539>
- Hidayat, F. P. (2021). Penggunaan Facebook Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Pada Dapur Luthfiah). *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 45–50. <https://doi.org/10.53695/sintesa.v1i1.202>
- Huang, A., De la Mora Velasco, E., Haney, A., & Alvarez, S. (2022). The Future of Destination Marketing Organizations in the Insight Era. *Tourism and Hospitality*, 3(3), 803–808. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3030049>
- Ihsan, R. M., Prastyanti, S., & Sulaiman, A. I. (2024). Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata: Studi Desa Wisata Sumber Urip. *JASIMA: Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*, 5(2), 218–236. <https://ejournals2.unmul.ac.id/index.php/jasima/article/view/1750>
- Jadesta Kemenparekraf. (2024). *Desa Wisata Sumber Urip*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.
https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/sumber_urip_1
- Karman, Damayanti, C. N., & Dunan, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Instagram di Era Pandemi Covid-19. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09(01), 48–62. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7139>
- Khomzi, I. R., Handono, S. Y., & Trianawati, A. (2019). Sinergisitas Stakeholder Dalam Pengembangan Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang. *Agribusiness Journal*, 13(2), 25–35. <https://doi.org/10.15408/aj.v13i2.13948>
- Kinanggi, A. R. (2024). Collaborative Governance Dalam Pengembangan Desa Wisata Edelweis Wonokitri Kabupaten Pasuruan. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(11).
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2124>
- Kirana, C. A. D., & Artisa, R. A. (2020). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Collaborative Governance di Kota Batu. *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik*, 6(1), 68–84. <https://doi.org/10.26618/kjap.v6i1.3119>
- Kitchen, P. J., & Proctor, T. (2015). Marketing communications in a post-modern world. *Journal of Business Strategy*, 36(5), 34–42. <https://doi.org/10.1108/JBS-06-2014-0070>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th editi). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th editi). Pearson.
- Kumala, G. B. W. N., Raharjo, A. N., Musleh, M., & Lubis, L. (2024). Model Kolaborasi

- Stakeholders Dalam Pengembangan Desa Wisata Ketapanrame Berbasis Pentahelix. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 10(2), 137–157.
- Kurnianti, A. W. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. *JURKOM : Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180–190. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.24>
- Ladupu, M., & Falimu. (2022). Strategi Promosi Wisata Goa Lia Balano Berbasis Media Online Pemerintah Desa Lauwon Kecamatan Luwuk Timur Kabupaten Banggai. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 30–35. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i1.196>
- Listiana, H., Afandi, A., Amaliyah, E. A., & Abdillah, M. Z. (2024). Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Promosi Wisata Puncak Ratu di Desa Tebul Barat. *Jurnal Abdimas ADPI Sosial Humaniora*, 5(4), 21–28. <https://doi.org/10.47841/jsoshum.v5i4.443>
- Litually, J. W., Leiwakabessy, T. F. F., & Leunupun, E. G. (2025). Evaluasi Pengelolaan Keuangan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) di Kabupaten Maluku Barat Daya. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 8(2), 382–390. <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v8i2.2164>
- Lubis, H., Rohmatillah, N., & Rahmatina, D. (2020). Strategy of Tourism Village Development Based on Local Wisdom. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 320. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.22385>
- Luxton, S., Reid, M., & Mavondo, F. (2014). Integrated Marketing Communication Capability and Brand Performance. *Journal of Advertising*, 44(1), 37–46. <https://doi.org/10.1080/00913367.2014.934938>
- Mahrina, H., & Yulianasari, N. (2021). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 365–376. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1537>
- Mari, N. A. H. N. (2022). Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Ende Sebagai Upaya Pencegahan Urbanisasi. *Jurnal Geografi*, 18(1), 52–63. <https://doi.org/10.35508/jgeo.v18i1.7518>
- Maryanto, T., & Syahida, A. R. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 34–39. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.8>
- Maryunani, Shofwan, & Jamal, B. (2025). Peran BUM Desa dalam Penguatan Tata Kelola Desa wisata di Desa Toyomarto Singosari Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(1), 148–160. <https://doi.org/10.35870/jpni.v6i1.1156>
- Maulani, I. N. I. (2024). Live Streaming TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital TMADE Artisan Souvenir. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 7(1), 37–52. <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i1.1686>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (Helen Salmon (ed.); Third Edit). SAGE Publications, Inc.
- Mistriani, N., & Pratamaningtyas, O. W. (2022). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Melalui Penawaran dan Permintaan dalam Pariwisata di Grand Maerakaca Jawa Tengah. *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Parwisata*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i1.1>
- Mukidi, M., Samsoni, U. R., Sopandi, A., & Novita, M. (2025). Strengthening Legal Drafting and Governance of Village-Owned Enterprises (BUM Desa) in Bungo Regency. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 811–823.

- <https://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/23931>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Mutiasari, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Positif dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Desa Wisata Nglanggeran di Yogyakarta). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 143–155. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.2169>
- Novotny, M., Dodds, R., & Walsh, P. R. (2024). The Destination Marketing Organization as an intelligent agent: Evaluating engagement in knowledge management practices. *International Journal of Tourism Research*, 26(1), 1–9. <https://doi.org/10.1002/jtr.2605>
- Nuryanti, Setiansah, M., Marhaeni, D. P., Pangestuti, S., & Perwita, A. I. (2023). Peningkatkan Kemampuan Promosi Online Taman Lazuardi Desa Susukan, Sumbang, Kabupaten Banyumas Melalui Pembuatan Video. *Jurnal Warta LPM*, 26(2), 119–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/warta.v26i2.1225>
- Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 143–150. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1592>
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.17.1.13-27>
- Olivia, H., & Widarti, W. (2021). Strategi Promosi Festival Desa Wisata Padang Kandis Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 11–18. <https://doi.org/10.31294/kom.v8i1.9430>
- Pahleviannur, Mu. R. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Pradina Pustaka* (Vol. 1, Issue 69).
- Pasaribu, M., Dewi, Y. R., & Oktaviani, W. (2024). Penggunaan Konten Youtube Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Brand Jakarta Uncensored. *Jurnal Cyber PR*, 4(1), 29–39. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v4i1.4220>
- Porcu, L., Barrio-García, S. Del, & Kitchen, P. J. (2017). Measuring integrated marketing communication by taking a broad organisational approach: The firm-wide IMC scale. *European Journal of Marketing*, 51(3), 692–718. <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2015-0587>
- Prayitno, G., Auliah, A., Ari, I. R. D., Effendi, A., Hayat, A., Delisa, A., Siankwilimba, E., & Hiddlestone-Mumford, J. (2023). Social capital for sustainable tourism development in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2293310>
- Priyadi, D. J., Zhang, G., Lahbar, G. M., & Pasaribu, B. (2024). Integration of Community-Based Tourism (CBT) Index and Biophysical Assessment for Sustainable Ecotourism Mangrove: A Case Study of Karangsong, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 16(7), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su16072806>
- Pritandhari, M., & Ratnawuri, T. (2018). Analisis Pembelajaran Monopoli Ekonomi (Monokomi) Pada Siswa Boarding School. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 6(2), 99–105. <https://doi.org/10.24127/pro.v6i2.1696>
- Putra, F. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Kelompok Sadar Wisata di Desa Nglanggeran, Yogyakarta. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(2), 883–890. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jcm/article/view/2083>

- Putri, A. A., & Wahyudi, K. E. (2024). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa "Banjarsari Berkah" di Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 12(2), 120–139. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/JIAP/article/view/23580>
- Raguseo, E., Neirotti, P., & Paolucci, E. (2017). How small hotels can drive value their way in infomediaion. The case of 'Italian hotels vs. OTAs and TripAdvisor.' *Information and Management*, 54(6), 745–756. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.12.002>
- Ramadhani, R. W., & Prihantoro, E.-. (2020). Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam Menerapkan Nawacita dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 117–129. <https://doi.org/10.46937/18202028913>
- Ramadhani, Suswanta, & Shaddiq, S. (2021). E-Marketing of village tourism development strategy (Case study in the tourist village puncak sosok). *Journal of Robotics and Control (JRC)*, 2(2), 72–77. <https://doi.org/10.18196/jrc.2255>
- Ranjbari, M., Shams Esfandabadi, Z., Zanetti, M. C., Scagnelli, S. D., Siebers, P. O., Aghbashlo, M., Peng, W., Quatraro, F., & Tabatabaei, M. (2021). Three pillars of sustainability in the wake of COVID-19: A systematic review and future research agenda for sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 297, 1–23. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126660>
- Realita, T. N., & Anggoro, Y. (2019). UMKM Berdaya Bersama Desa Wisata. *Manajemen & Bisnis Jurnal*, 5(1), 42–52. <https://doi.org/10.37303/embeji.v5i1.82>
- Rifa'i, M., & Darajat, D. M. (2021). Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaran Pokdarwis Desa Jurug dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus di Desa Wisata Jurug Kecamatan Sooko Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Heritage*, 9(1), 20–35. <https://doi.org/10.35891/heritage.v9i1.2570>
- Ristanto, H. A., Sulaiman, A. I., & Prastyanti, S. (2023). Festival Mangga sebagai Media Komunikasi dalam Mengoptimalkan Daya Tarik Wisata Desa Penggarit. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(1), 16. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i1.27969>
- Safarina, A., Rupiarsieh, & Taufiq, A. (2021). Kolaborasi Stakeholders dalam Pengembangan Agrowisata Jambu Kristal (Studi di Desa Padang Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro). *JIAN - Jurnal Ilmiah Administrasi Negara*, 5(1), 16–24. <https://ojs.ejournalunigoro.com/index.php/JIAN/article/view/385>
- Sánchez-Franco, M. J., & Rey-Tienda, S. (2024). The role of user-generated content in tourism decision-making: an exemplary study of Andalusia, Spain. *Management Decision*, 62(7), 2292–2328. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2023-0966>
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktarina, R. (2021). Analisis Peran Orangtua dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan*, 2(1). <https://jim.bbg.ac.id/pendidikan/article/view/319>
- Sari, R. N., Anugerah, R., Ratnawati, V., Junita, D., & Nanda, S. T. (2025). Peningkatan Kapasitas Pengelola : Pelatihan Penilaian Kinerja BUM Desa di Kabupaten Indragiri Hulu. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 150–155. <https://doi.org/10.54951/comsep.v6i2.954>
- Sejahtri, J. T. (2022). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pemandian Serayu Lestari di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 228–236. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i3.8607>
- Setiawati, R., & Aji, P. S. T. (2023). Implementasi Sapta Pesona Sebagai Upaya Dalam Memberikan Pelayanan Prima Pada Wisatawan Di Desa Wisata Pentingsari. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan (JABT)*, 2(2), 128–130.

- <https://scholarhub.ui.ac.id/jabtAvailableat:https://scholarhub.ui.ac.id/jabt/vol2/iss2/6>
- Shiona, A. E. Y., & Widiyanto, A. A. (2023). Peran BUMDes dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Torongrejo Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 7(2), 43–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jpt.91805>
- Silalahi, P. R., Haikal, S. A., & Insana, I. (2023). Efektivitas Penggunaan Facebook Advertising Sebagai Media Peningkatan Penjualan Pada Minuman Haus Durian. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 375–384. <https://doi.org/10.56799/peshum.v2i3.1238>
- Silviana, D., Arwani, M., & Himawati, I. P. (2021). Analisis Pengembangan Desa Wisata di Desa Sumber Urip, Rejang Lebong, Bengkulu. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 7(1), 41–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jsa.7.1.41-53.2021>
- Singh, S. P., & Singh, P. (2018). An Integrated AFS-Based SWOT Analysis Approach for Evaluation of Strategies Under MCDM Environment. *Journal of Operations and Strategic Planning*, 1(2), 1–19. <https://doi.org/10.1177/2516600x18801689>
- Soejono, D., Zahrosa, D. B., Maharani, A. D., & Amam. (2021). Performa Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) di Kabupaten Lumajang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5(3), 935–949. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.03.29>
- Sparks, B. A., So, K. K. F., & Bradley, G. L. (2016). Responding to negative online reviews: The effects of hotel responses on customer inferences of trust and concern. *Tourism Management*, 53(April), 74–85. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.011>
- Subagyo, H. (2020). SWOT Analysis of Art Performance As City Promotional Strategy In Yogyakarta. *Journal of Education Culture and Society*, 1(1), 370–378. <https://doi.org/https://doi.org/10.15503/jecs2020.1.370.378>
- Sudibya, B. (2018). Wisata Desa dan Desa Wisata. *Jurnal Bappeda Litbang*, 1(1), 21–25. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://media.neliti.com/media/publications/333746-wisata-desa-dan-desa-wisata-49e7fcf1.pdf>
- Suherlan, H., Hidayah, N., Mada, W. R., Nurrochman, M., & Wibowo, B. (2020). Kemitraan Strategis Antar Stakeholder Dalam Pengembangan Desa Wisata Gubugklakah Kab. Malang, Jawa Timur. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 59–72. <https://doi.org/10.22146/jpt.53303>
- Sulaiman, A. I. (2023). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Revitalisasi Pengembangan Agrowisata, Eduwisata, dan Ekowisata* (K. Dhana & B. R. Sutanto (eds.); Pertama). CV Bintang Semesta Media.
- Sulaiman, A. I., Kuncoro, B., Sulistyoningsih, E. D., Nuraeni, H., & Djawahir, F. S. (2017). Pengembangan Agrowisata Berbasis Ketahanan Pangan Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran di Desa Serang Purbalingga Agritourism. *The Messenger*, 9(1), 9–25. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i1.423>
- Suriadi, S., Utomo, S. B., Laksono, R., Kurniawan, R., & Judijanto, L. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>
- Untari, S., Hariyono, A., Nindyawati, Bramantya, A., Ashshiddieqy, K. K., & Riswari, A. A. (2024). Membangun Desa Wisata Kebangsaan Dengan Pendekatan KIPAS (Kreatif, Inovatif, Partisipatif, Dan Kolaboratif) Menuju Desa Cerdas, Mandiri dan Berkelanjutan. *Martabe: Jurnal ...*, 7(3), 849–864. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/15086>

- Valos, M., Habibi, F., Casidy, R., Driesener, C., & Maplestone, V. (2016). Exploring the integration of social media within integrated marketing communication frameworks. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(1), 19–40.
<https://doi.org/10.1108/MIP-09-2014-0169>
- Van, N. H. (2021). A systematic literature review of stakeholder's collaboration in tourism settings. *Journal of Travel Research*, 18(4), 571–590.
<https://doi.org/10.31235/osf.io/gk2hs>
- Vitasurya, V. R., Hardiman, G., & Sari, S. R. (2018). Geographical Conditions And Cultural Tradition As Determinants In Sustaining Tourism Village Program Case Study Tourism Villages In Yogyakarta. *The Academic Research Community Publication*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.21625/archive.v2i2.240>
- Wahyudin, R., Lubis, M. Z. M., & Anisa, A. (2023). Analisis Strategi Promosi dan Branding Perpustakaan Universitas Andalas Melalui Media Sosial. *Maktabatuna: Jurnal Kajian Kepustakawanan*, 5(1), 89–106.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15548/mj.v5i1.6522>
- Waluyati, M. (2020). Penerapan Fokus Group Discussion (FGD) Untuk Meningkatkan Kemampuan Memanfaatkan Lingkungan Sebagai Sumber Belajar. *Jurnal EDUTECH Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(1), 80–91.
<https://doi.org/10.23887/jeu.v8i1.27089>
- Wang, Y., & Xiang, Z. (2007). Toward a theoretical framework of collaborative destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46(1), 75–85.
<https://doi.org/10.1177/0047287507302384>
- Wesnawa, I. G. A., Christiawan, P. I., & Sulindawati, L. G. E. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Desa Di Desa Binaan Tembok Kecamatan Tejakula. *International Journal of Community Service Learning*, 1(2), 67–72.
<https://doi.org/10.23887/ijcsl.v1i2.12089>
- Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., S. H. E., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. (2021). *Pedoman Desa Wisata* (A. Wirdayanti & V. Ariani (eds.); 2nd ed.). Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi.
<https://www.ciptadesa.com/2021/06/pedoman-desa-wisata.html>
- Xu, H., Cheung, L. T. O., Lovett, J., Duan, X., Pei, Q., & Liang, D. (2023). Understanding the influence of user-generated content on tourist loyalty behavior in a cultural World Heritage Site. *Tourism Recreation Research*, 48(2), 173–187.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1913022>
- Yanan, L., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review. *Heliyon*, 10(4), e25627.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25627>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications Design and Methods* (Sixth Edit). Sage publications.
- Zuhdi, I., & Rifai, M. (2024). Peranan Komunikasi Pemasaran pada Pokdarwis Desa Wisata Wonokitri Pasuruan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(1), 1–14.
<https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i1.3201>
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran*, 3(2), 147–153.
<https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>