

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal

- Andryani, N. L., Rahmawati, P. I., & Widiastini, N. M. (2023). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata dengan Menggunakan Model Community Based Tourism di Desa Pancasari. *JUMPA (Jurnal Master Pariwisata)*, 10(1), 319-334.
- Artamevia, M., Lubis, M., & Mukti, I. Y. (2026). Strategi Pembangunan Desa Wisata untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Desa Bi'ih, Kalimantan Selatan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan (JEMPPER)*, 5(1), 50-63. doi:<https://doi.org/10.55606/jempper.v5i1.5614>
- Astuti, M. T., Putranto, D., Agung, I., Ahmad, A. K., & Ma'rifataini, L. (2023). Tourism village development problems: The case of Bogor region, West Java province. *Journal of Intercultural Communication*, 23(4), 106–119. <https://doi.org/10.36923/jicc.v23i4.164>
- Atmojo, M. E., & Syafiqurahman, A. (2022). Penyusunan Company Profile Sebagai Wujud Branding Pariwisata Desa Hargorejo. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(3), 739-747.
- Devi, S. S., & Rahaju, T. (2025). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata Simathani Marurup Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Hukum, Administrasi Publik dan Negara*, 2(3), 24-51. doi:<https://doi.org/10.62383/hukum.v2i3.261>
- Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Mayasari, A. K., & Swarnawati, A. (2024). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Positioning terhadap Minat Beli Tehman (Survei pada Followers

- Instagram @Tehman.Tea). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 12196-12207. doi:<https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.14237>
- Prasetio, V. A., Satrya, I. D., & Sudiarta, I. N. (2023). Strategi Pengembangan Tunjungan sebagai Destinasi Milenial. *JUMPA (Jurnal Master Pariwisata)*, 9(2), 785-800.
- Putra, D., Rozalinda, & Meirison. (2024). Peran Pengembangan Desa Wisata dalam Upaya Peningkatan Keberlangsungan Ekonomi Kreatif Masyarakat di Kabupaten Kerinci. *Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan*, 6(2), 388-413.
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13074–13086. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.27063>
- Sabanur Liandri, A. K., & Alifahmi, H. (2021). Destination Branding of Ternate City in Communicating the Tourism Values. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*, 2(2), 202-220. doi:<https://doi.org/10.36782/jobmark.v2i2.156>
- Saputri, R. D., Muhfiatun, & Syarifah, L. (2021). Video Profil Sebagai Sarana Promosi Memajukan Wisata Alam Kali Biru dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 21(2), 89-98.
- Sudibyoy, R. Y., & Pribadi, J. D. (2022). Pembuatan Video Company Profile dengan Menggunakan Aplikasi Adobe Premiere Pro sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Lika Souvenir Malang. *JAB (Jurnal Aplikasi Bisnis)*, 8(1), 51-60. doi:<https://doi.org/10.33795/jab.v8i1.422>
- Suhermanto, D. F., Sugiharto, M. A., & Mas'udi, S. Y. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Profil Desa sebagai Sarana Branding Desa Wisata Pujon Kidul. *Community Empowerment*, 6(5), 843-848. doi:<https://doi.org/10.31603/ce.4530>

Widayati, A., & Sitohang, R. (2023). Pengaruh Metode Brainstorming terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 6990–6997. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.7326>

Internet

Nugraha, F. A. (2025, Agustus 28). *YouGov: YouTube dan Instagram media sosial paling populer di Indonesia*. Diambil kembali dari ANTARA News: <https://www.antaranews.com/berita/5070233/yougov-youtube-dan-instagram-media-sosial-paling-populer-di-indonesia>

Prosiding

Wijayani, A., Ardhanariswari, K. A., & Pratiwi, K. W. (2023). Digital Branding Tourism dan Perlindungan Merek Dagang di Desa Wisata Bugisan Prambanan. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta* (hal. 1-15). Yogyakarta: LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta.