

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M. O. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung*.
- Agusti, M., Utari, W., & Mardi W, N. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.397>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Jejak Publisher. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kualitatif&ots=5IatqDfrIt&sig=izafOWULNA-Oxg7rHafKFvzwWbE&redir_esc=y#v=onepage&q=kualitatif&f=false
- Anwar. (2022). *STRATEGI PENGELOLA KEBUN REFUGIA MAGETAN DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG MELALUI INSTAGRAM PERIODE*.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Aslamiyah, S. (n.d.). *Implementasi Strategi Desa Wisata Lontar Sewu, Desa Hendrosari, Kabupaten Gresik*.
- Aslamiyah, S. (2023). Model Evaluasi Strategi Wisata Lontar Sewu Dalam Meningkatkan Citra Destinasi. *Jurnal Manajerial*, 10(02), 410. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i02.5495>
- Aushafina, A., & Giveraldy, B. (2018). Strategi Global dalam Optimalisasi Destinasi Pariwisata di Jawa Timur. *TRANSBORDERS: International Relations Journal*, 1(2), 113. <https://doi.org/10.23969/transborders.v1i2.991>
- Barlian, E. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF* [Preprint]. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/aucjd>
- Dese, B. S., & Woro Astuti, S. J. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN EDU WISATA LONTAR SEWU (STUDI KASUS DESA HENDROSARI KECAMATAN MENGANTI KABUPATEN GERSIK). *JISP (Jurnal Inovasi Sektor Publik)*, 2(2), 131–155. <https://doi.org/10.38156/jisp.v2i2.147>

- Disparekrafbudpora. (2023, November 23). Edu Wisata Lontar Sewu. *Disparbud@gresikkab.Go.Id*.
<https://disparekrafbudpora.gresikkab.go.id/detailpost/edu-wisata-lontar-sewu>
- Fadlilah, H. H. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PING AND READ COFFEE DI KOTA BANDUNG (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram@ pingandread coffe)*.
- GreatNusa. (n.d.). Social Media Engagement Adalah: Arti, Cara, dan Fungsinya. *GreatNusa*. <https://greatnusa.com/artikel/social-media-engagement-adalah/>
- Kurniawati, W. D. N. (2017). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 8(5), 127–143.
<https://doi.org/10.23917/komuniti.v8i5.2943>
- Luttrell, R. (2015). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
<https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Muhammad, A. (2023). Analysis of Information Publication Management on the @SEMARAS_SIA Account Based on The Circular Model of SOME Theory. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1 No. 4.
<https://doi.org/10.62383/wissen.v1i4.4>
- Mujanah, S., Ratnawati, T., & Andayani, S. (2016). STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DI KAWASAN HINTERLAND GUNUNG BROMO JAWA TIMUR. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 01, No. 01, 33–52.
- Murtini, S., Sutedjo, A., & Ibrahim, M. H. (2023). Tourist Attitudes Given the Quality of Promotion and Tourist Satisfaction in the Lontar Sewu Edutourism, Gresik Regency, Indonesia. *The Journal of Society and Media*, 7(1), 193–209. <https://doi.org/10.26740/jsm.v7n1.p193-209>
- Mustofa, M. (2019). Peran Hastag (#) Dalam Social Media Sebagai Upaya Branding Pustakawan. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 7(1), 19.
<https://doi.org/10.21043/libraria.v7i1.4970>
- Nugrahani, F. (2014). *METODE PENELITIAN KUALITATIF dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. <http://repository.stikim.ac.id/file/21-07-1730.pdf>

- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469–478.
- Prasetijowati, T., & Sari, D. (2022). UPAYA PEMERINTAH DESA HENDROSARI DALAM MEMPERTAHANKAN DESA WISATA LONTAR SEWU DI ERA PANDEMI COVID-19. *INTELEKTUAL (E-Journal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi)*, 9(1), 90–99.
- Putra, G. L. A. K. (2019). *Pemanfaatan animasi promosi dalam media youtube*. 2, 259–265.
- Qadri, M. A. A. (2023). Analisis Pengelolaan Instagram dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model SOME. *Al-DYAS*, 2(3), 685–710. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i3.1495>
- Radini, S. P., Mulyana, M., & Noor, T. D. F. S. (2021). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Padjadjaran Suites And Convention Hotel Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(1), 71–80. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i1.787>
- Ramadhany, N. A., & Tranggono, D. (2023). Studi Fenomenologi Adopsi Inovasi Digitalisasi Pariwisata Desa Wisata Hendrosari Menganti Kabupaten Gresik. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1652–1657. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1436>
- Sarosa, S. (2021). *ANALISIS DATA KUALITATIF*. PT Kanisius. https://books.google.co.id/books?id=YY9LEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., & Sarasvati, S. (2019). MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PARIWISATA BAGI GENERASI Z DI KABUPATEN GARUT. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32659/tsj.v4i1.46>
- Utomo, M. R., Purnomo, M., Siswantoro, A., Jamroni, M., & Chaqqi, M. S. S. (2023). Eksplorasi Potensi Desa Wisata Barito Melalui Media Promosi Menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Malang, Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 436. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.2>
- Wekke, dkk, I. S. (2019). *METODE PENELITIAN SOSIAL*. Penerbit Gawe Buku. https://www.researchgate.net/profile/Ismail-Wekke/publication/344211045_Metode_Penelitian_Sosial/links/5f5c132ea6fdcc11640bd740/Metode-Penelitian-Sosial.pdf#page=42

Widiastuti, F. (2020, June 1). *Peran Media Sosial Sebagai Sarana Strategi Promosi Museum Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Museum BasoekiI Abdullah*. Fakultas Adab dan Humaniora.