

DAFTAR PUSTAKA

- Afrisa, D., & Umilia, E. (2023). Identifikasi Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Pengembangan Kawasan Wisata Kota Lama Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*.
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata*, 8(2). From <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/view/9809/0>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *KINESIK*, 9 (2).
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *KINESIK*, 9 (2).
- Fadhli, M. (2023). Strategi Pemasaran Perpustakaan Menggunakan Model AIDA. *Jurnal Perpustakaan*, 14(2). From 105-114 ISSN 1979 – 9527 ISSN 2715-274x <https://journal.uui.ac.id/unilib/article/view/30225>
- Hasibuan, I. M., Mutthaqin, S., Erianto, R., & Harahap, I. (n.d.). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Perekonomian Nasional. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2). From <https://doi.org/10.30651/jms.v8i2.19280>
- Ichsan, R. N., & dkk. (2024). DIGITALISASI DESTINASI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PROMOSI PARIWISATA DI INDONESIA. *URNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(2).

- Indonesia, P. (2010). Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya. From jdih.surabaya.go.id.
- Indriastuti, Y., & Wahyuni, W. (2022). Tourism Village Promotion Strategy via Instagram:(Qualitative Study on@ kampunglawas). In Proceedings of International Conference on Communication Science, Vol. 2, No. 1, 485-490.
- Kartika, T., & Riana, N. (2020). Storynomics Tourism as an Effective Marketing Strategy on Tourism Destination (Case Study on Tangkuban Parahu, West Java-Indonesia). *Tourism and Sustainable Development Review Journal*, 33-40.
- Kartini, R. A. (2021). Analisis Swot Terhadap Storynomics Tourism Sebagai Strategi Promosi Pariwisata (Studi Kasus Kawasan Wisata Kali Cisadane, Kota Tangerang, Banten, Indonesia). *Dynamic Management Journal*, 58-69.
- Kemenparekraf. (2021). Destinasi Storynomics Tourism. From kemenparekraf.go.id: <https://www.kemenparekraf.go.id/rumah-difabel/Destinasi-Storynomics-Tourism>
- Kemenparekraf. (2021). Alasan Manparekraf Fokus Kembangkan 5 Destinasi Super Prioritas. From kemenparekraf.go.id: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Alasan-Menparekraf-Fokus-Kembangkan-5-Destinasi-Super-Prioritas>
- Kemenparekraf. (2021). Mengenal Storynomics Tourism Gaya Baru Mempromosikan Pariwisata. From kemenparekraf.go.id: <https://kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/mengenal-storynomics->

tourism-gaya-baru-mempromosikan-pariwisata

Kemenparekraf. (2021). Mengenal Storynomics Tourism Gaya Baru Mempromosikan Pariwisata. From kemenparekraf.go.id: <https://kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/storynomics-tourism-dari-5-destinasi-super-prioritas>

Kemenparekraf. (2021). Storynomics Tourism dari 5 Destinasi Super Prioritas. From kemenparekraf.go.id: <https://kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/storynomics-tourism-dari-5-destinasi-super-prioritas>

Mahindra, D. I., & Megawati, S. (2022). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Kawasan Cagar Budaya (Studi Pada Jalan Panggung Kota Lama, Surabaya.

McKee, R., & Gerace, T. (2018). Story Driven Marketing in the Post Advertising World. Hachette Book Group. New York. From https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=storynomics+mckee&oq=storynomics+mc#d=gs_qabs&t=1710390981284&u=%23p%3DnfnBUHy8YYJ

Rasyad Al Fajar, M., & Ifantri, I. (2021). Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah) .

Rero, L. S., & Milyardo, B. (2022). Storynomic tourism of Batu Cermin Village as a new way of branding rural tourism destinations. In International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022, 172-175.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif ((Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). Yogyakarta: Alfabeta.

Surabaya, D. K. (n.d.). Kota Lama Surabaya, Europeesche Wijk. From
tourism.surabaya.go.id:

<https://tourism.surabaya.go.id/destination/9bfbf031-1016-4e9e-949e-aa387960d040>

Wahyu, A. Y., Berto, A. R., & Murwani, E. (2022). Storytelling, citra destinasi, dan pengalaman merek pada video promosi kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif. *Jurnal Studi Komunikasi*, 679-698.