

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020) Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber, dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Aprianti, M., Dewi, D. A., & Furmasari, Y. F. (2022). Kebudayaan Indonesia Di Era Globalisasi Terhadap Identitas Nasional Indonesia. *Jurnal Pendidikan*, 996-998.
- Balakhrisnan, M. (2009). *Strategic Branding of Destinations: A Framework*. *European Journal of Marketing*, 43(5), 611-629.
- Camilleri, Mark Anthony. (2018). *The Branding Of Tourist Destinations: Theoretical and Empirical Insights*. Wagon Lane: Emerald Publishing.
- Creswell, J. (2008). *Educational research, planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson.
- Chaerunissa, Shafira Fatma, Yuningsih, Tri. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy and Management*, 9(4).
- Dasgupta, Devashish. (2011). *Tourism Marketing*. India: Pearson.
- Desawisataglawan.com. Peta Biodiversitas. <https://desawisataglawan.com/> diakses pada 27 November 2023.
- Fikri, M. A., & Febriana, P. (2016). *Branding Desa Kalanganyar sebagai Ekowisata Bahari di Kabupaten Sidoarjo*. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 61-74.
- Isnaini, M. (2013). Strategi *Branding* Media Cetak Lokal Berbasis Komunitas: Studi Kasus Majalah Media Kawasan Kelapa Gading. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 68-79.
- Kavaratzis, & Ashwoth. (2008). *City Branding: An Effective Assertion on Identity or a transitory marketing trick*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A.M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Karangawang Barat: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Mahmudah, Fitri Nur. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen Pendidikan Berbantuan Software Atlas.Ti 8*. Yogyakarta: UAD Press.
- Main.semarangkab.go.id. 12 Desa Wisata Terima Bantuan Keuangan Pengembangan. <https://main.semarangkab.go.id/12-desa-wisata-terima-bantuan-keuangan-pengembangan/> diakses pada 21 Desember 2023.
- MH, Ajie. (2022, Agustus 22). KKN Undip Kembangkan Potensi Wisata Lokal di Desa Glawan Semarang. *Jatengtoday.com*. <https://jatengtoday.com/kkn-undip-kembangkan-potensi-wisata-lokal-di-desa-glawan-semarang> diakses pada tanggal 27 November 2023.
- Minarso, I. P., & Najicha, F. U. (2022). Upaya Memperkuat Persatuan Dan Kesatuan Untuk Melawan Globalisasi. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 543-551.
- Muhtar. (2023, April 4) Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia. *Uici.ac.id*. <https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/> diakses pada tanggal 27 November 2023.

- Ningsih, Putri Widia, dkk. (2023). Pelaksanaan Gotong Royong di Era Globalisasi (Studi Kasus di Desa Bah Tobu Kecamatan Dolok Batu Nanggar Kabupaten Simalungun). *Journal on Education*, 5(4), 15559-15568.
- Padang, F., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2021). Penerapan Strategi City Branding dalam Mewujudkan Subulussalam Sebagai Kota Santri. *Jurnal Common*, 5(2), 165-177.
- Prasetyo, B. D dan Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press
- Pratiwi, F.S. (2023, April 27). Sebaran Desa Wisata Indonesia pada 2023, Terbanyak di Sulsel. [Dataindonesia.id. https://dataindonesia.id/pariwisata/detail/sebaran-desa-wisata-indonesia-pada-2023-terbanyak-di-sulsel](https://dataindonesia.id/pariwisata/detail/sebaran-desa-wisata-indonesia-pada-2023-terbanyak-di-sulsel) diakses pada tanggal 11 Oktober 2023.
- Prayudi, P., & Herastuti, H. (2018). Branding Desa Wisata Berbasis Ecotourism. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(3), 227-237.
- Profipelajar.com. (2021, Juli). Glawan, Pabelan, Semarang. [Profilpelajar.com. https://profilpelajar.com/Glawan, Pabelan, Semarang](https://profilpelajar.com/Glawan, Pabelan, Semarang) diakses pada 11 Januari 2024.
- Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- Rahmadhani, Yuri. (2017). Strategi Branding Portal Online www.tripriau.com dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1-15.
- Suryani, I., Bakiyah, H., & Isnaeni, M. (2020). Strategi Public Relations PT Honda Megatama kapuk dalam Customer Relations. *Journal Komunikasi*, 11(2), 101-110.
- Susanti, E., Utami, N. S., & Sholeh, M. (2022). Image Branding Destination Pembangunan Desa Wisata di Objek Wisata Sendang Senjoyo Salatiga, Semarang. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 6(2), 108-115.
- Tofan, M., Subowo, A., & Maesaroh. (2014). Strategi Pengembangan Objek Desa Wisata Kandri Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*. 3(2), 368-378.
- Triwardani, Reny dan Christina Rochayanti. (2014). Implementasi Kebijakan Desa Budaya Dalam Upaya Pelestarian Budaya Lokal. *Reformasi*, 4(2), 102-110.
- Wahyuni, S. (2015). Strategi Marketing University Hotel UIN Sunan Kalijaga (Analisis Marketing Hermawan Kartajaya). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 29.
- Wanta, dkk. 2022. Upaya Peningkatan Ekonomi di Era New Normal Untuk UMKM Melalui Digital Marketing. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*: 934-941, Karawang, 24 Maret 2022: Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Widianti, Mira. (2017). Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah di SMA Negeri 2 Kuningan. *Jurnal Hanata Widya*, 6(6), 83-91.
- Zakaria dan Suprihardjo. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2), 245.