

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Annur, Cindy Mutia. (2024). 10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2024). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>. Diakses pada tanggal 26 September 2024
- Awall.id. (2025). Kalijaga dan Sekawan Kera Berekor Panjang. <https://awall.id/2022/06/wisata-goa-kreo-legenda-sunan-kalijaga-dan-sekawan-kera-berekor-panjang/>. Diakses pada tanggal 14 Januari 2025
- Digitaldesa.id. (2022). Memetik Inspirasi Dari Desa Peraih Penghargaan Deswita Jateng 2022. <https://digitaldesa.id/artikel/memetik-inspirasi-dari-desa-peraih-penghargaan-deswita-jateng-2022>. Diakses pada tanggal 24 September 2024
- Jadesta.kemenparekraf.go.id. (2024). Desa Wisata Kandri. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/kandri>. Diakses pada tanggal 24 September 2024
- Jateng.tribbunnews.com. (2020). Wisata Bersih Desa, Warga Kandri Gelar Nyadran Kali. <https://jateng.tribunnews.com/2020/01/31/wisata-bersih-desa-warga-kandri-gelar-nyadran-kali>. Diakses pada tanggal 14 Januari 2025
- Harys. (2020). Penelitian Terdahulu. <https://www.jopglass.com/penelitian-terdahulu/>. Diakses pada tanggal 20 September 2024.
- Kurnia, Ujang. (2023). Interpretasi Koefisien Korelasi Pearson di SPSS. <https://blog.restatolahdata.id/interpretasi-korelasi-pearson-spss/>. Diakses pada tanggal 20 Januari 2025.
- 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>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (Eleventh edition). Waveland Press, Inc.
- Maulida, D. (2019). Tourism Destination Branding: Analisis Strategi Branding Wisata Halal “The Light of Aceh” (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan

- dan Pariwisata Aceh Tahun 2015-2016). *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.35308/source.v5i1.1171>
- Morgan, N. (Ed.). (2008). *Destination branding: Creating the Unique Destination Proposition* (2. ed., reprinted). Butterworth-Heinemann.
- Nafis Nuriz Zakiyah, Gunawan, & Ugik Romadi. (2022). Pengaruh Media Sosial Instragram Terhadap Keputusan Berkunjung di Kopi Taji Lereng Bromo. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(1), 145–156. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i1.970>
- Nanang Martono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Rajawali Pers.
- Novita, S., & Firmansyah, F. (2021). Strategi Destination Branding Waduk Jatiluhur Sebagai Wisata Air Unggulan di Jawa Barat. *Jurnal Audience*, 4(01), 1–27. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4235>
- Ombeng, L. I. C., Purwati, E., & Anggoro, A. D. (n.d.). (2022). Strategi Destination Branding Desa Wisata Taman Sekar Wilis Desa Sareng Kecamatan Geger Kabupaten Madiun. 1(1), 14-28.
- Portal Satu Data Kota Semarang. (2024). Jumlah Wisatawan Kota Semarang Hingga Tahun 2024. <https://data.semarangkota.go.id/data/list/4>. Diakses pada tanggal 23 September 2024
- Prakoso, B. D. (2020). Pengaruh City Branding Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung di Lumpur Sidoarjo. 8(1), 632-638. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n1.p%25p>
- Rri.co.id. (2024). Platform Media Sosial Untuk Promosi Online yang Efektif Menurut Ahli. <https://www.rri.co.id/bisnis/792976/platform-media-sosial-untuk-promosi-online-yang-efektif-menurut-ahli>. Diakses pada tanggal 23 September 2024
- Setiadi, A. (n.d.). (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. 16(2). <https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>
- Sikenang.semarangkota.go.id. (2024). Daftar Desa Wisata di Kota Semarang. <https://sikenang.semarangkota.go.id/home/desawisata>. Diakses pada tanggal 23 September 2024
- Sultan, A., & Fahrunnisa, F. (2023). Komunikasi Pariwisata Dan Brand Destinasi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Hiu Paus Di Kabupaten Sumbawa. *Mutiara: Multidiciplinary Scientifict Journal*, 1(3), 117–135. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v1i3.20>

We Are Social & Hootsuite. (2024). Digital 2024: Indonesia. In Data Reportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>. Diakses pada
tanggal 23 September 2024

