

## DAFTAR PUSATAKA

- Aayib, A. A. Al, & Azeez, Z. A. (2020). The effect of tourism communication on the marketing of tourism services: a field study in the marshes of southern Iraq. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(08), 8575–8607.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)). Syakir Media Press.
- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi Filosofi, Konsep dan Aplikasi* (P. Setia (ed.)). CV Pustaka Setia.
- Akasse, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.457>
- Anggraini, D., & Diana, W. (2022). Pengaruh Perkembangan Objek Wisata Harau Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Sekitar the Effect of the Development of the Harau Tourism Object on Increasing the Income of the Surrounding Community. *Menara Ilmu*, 16(2), 20–27.
- Ansyor Lorosae, T., Hardinandar, F., & Gufran. (2023). Pelatihan Digital Marketing Desa Wisata Jambu Kecamatan Pajo. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 134–140. <https://doi.org/10.61461/sjpm.v2i3.41>
- Arifin, A. P. R. (2017). Pendekatan Community Based Tourism dalam Membina Hubungan Komunitas di Kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 111–130. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/visikom/article/view/1647/1257>
- Askari, S. A., Pratama, M. A., Elsan, H. Z., Shelfa, N., & Nurhadi, Z. F. (2023). Manajemen Komunikasi Special Event Gebyar Pesona Budaya Garut 2023. *Journal Communication*, 14(2), 103–122.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota. (2024). *Kunjungan Wisata per Bulan pada Objek Wisata Lembah Harau di Kabupaten Lima Puluh Kota (Jiwa)*, 2020-2022. <https://limapuluhkotakab.bps.go.id/indicator/16/179/1/kunjungan-wisata-per-bulan-pada-objek-wisata-lembah-harau-di-kabupaten-lima-puluh-kota.html>
- BALIPOST.com. (2024). *PARIWISATA KINI SEMAKIN MERUSAK BALI*.
- Bau, M. D., & Widodo, H. P. (2020). STRATEGI BRANDING KOTA WISATA BATU (KWB) MELALUI MEDIA INTERNAL DAN EKSTERNAL HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) PEMERINTAH KOTA BATU. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(2), 102–110. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Bungin, B. (2015). *KOMUNIKASI PARIWISATA (TOURISM COMMUNICATION): Pemasaran dan Brand Destinasi* (I. Fahmi & Suwito (eds.)). PRENADAMEDIA GROUP.
- Canesin, T. S., Brilha, J., & Díaz-Martínez, E. (2020). Best Practices and Constraints

in Geopark Management: Comparative Analysis of Two Spanish UNESCO Global Geoparks. *Geoheritage*, 12(1). <https://doi.org/10.1007/s12371-020-00435-w>

- Chatamallah, M. (2008). Strategi “Public Relations” dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus dengan Pendekatan “Marketing Public Relations” di Provinsi Banten. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 393–402. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i2.1120>
- Creswell, Jhon W. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (M. O’Heffernan, D. C. Felts, & A. Marks (eds.)). SAGE Publication.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan* (S. Z. Qudsy (ed.)). PUSTAKA PELAJAR.
- Darma, I. G. K. I. P., & Kristina, N. M. R. (2021). Pengelolaan Timbunan Sampah untuk menjaga Citra Industri Pariwisata pada daya tarik Wisata di Bali. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 3(1), 62–69. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v3i1.75>
- Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. (2022). *MASTERPLAN GEOPARK HARAU*.
- Dwijulianto, A., & Dewi, P. A. R. (2019). Manajemen Komunikasi Pariwisata “The Spirit of Majapahit” Di Kabupaten Mojokerto. *Commercium*, 1(2), 29–32. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/29173/26716>
- Ekasari, R., Saktisyahputra, Ambulani, N., & Akib, S. (2023). Digital Communication Management Bandung City Government in Inclusive and Sustainable Economic Recovery in Bandung City. *Ilomata International Journal of Management*, 4(2), 133–143. <https://scholar.archive.org/work/sy63srah7bdsfaghtihpmxpqy/access/wayback/> <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/download/302/222>
- Farsani, N. T., Coelho, C. O. A., Costa, C. M. M., & Amrikazemi, A. (2014). Geo-knowledge Management and Geoconservation via Geoparks and Geotourism. *Geoheritage*, 6(3), 185–192. <https://doi.org/10.1007/s12371-014-0099-7>
- Geopark Management Toolkit. (2024). *Marketing & Promotion*. <https://www.geoparktoolkit.org/marketing-promotion/>
- Handayani, A., Widiastuti, W., & Hermawan, A. (2022). The Tourism Sector Stakeholder Collaboration Role in Post-COVID-19 Economic Recovery of Central Java, Indonesia. *Journal of Resilient Economies*, 2(1), 26–37. <https://doi.org/10.25120/jre.2.1.2022.3909>
- Handayani, D., & Lazuardi, S. V. (2022). Stakeholder Roles on Tourism Management, Environment Protection, and Conservation in Post Covid-19. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/11111/1/012076>

- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). ANALISIS KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI MINAT BERKUNJUNG: CITRA DESTINASI DAN AKSESIBILITAS PADA GEOPARK MERANGIN JAMBI. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Harau Sky. (2023). *Staycation di Keindahan Geopark*. <https://harausky.id/>
- Harau Valley English School. (2024). *Harau Valley English School*. Harau.Org. <https://harau.org/>
- Hardani, Auliya, N. H., & Andriani, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Harisantoso, J., & Setijawan, A. (2012). *Perumusan arahan pengembangan berdasarkan tingkat pengaruh wisata kuliner bawah jembatan kahayan terhadap wisata susur sungai kahayan kota palangka raya*. 1–13. <http://eprints.itn.ac.id/7746/%0Ahttp://eprints.itn.ac.id/7746/10/10>. Jurnal.pdf
- Haryoko, S., Bahartiar, B., & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM.
- Hendra, M. N. (2023). *Tour de Singkarak di Sumbar Kembali Urung Digelar*. Bisnis.Com. <https://sumatra.bisnis.com/read/20230705/533/1672071/tour-de-singkarak-di-sumbar-kembali-urung-digelar>
- Hidayatullah, F., Farid, M., & Nur Afifah, N. (2022). Pemanfaatan Influencer Sebagai Media Promosi Pariwisata Sulawesi Selatan Pada Akun Instagram @Visitsulsel.Id. *Avant Garde*, 10(2), 272–284. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i2.2086>
- Hose, T. A. (2007). Geotourism in Almeria Province, southeast Spain. *Tourism*, 55(3), 259–276.
- Hu, T., Marchiori, E., Kalbaska, N., & Cantoni, L. (2014). Online representation of Switzerland as a tourism destination: An exploratory research on a Chinese microblogging platform. (*Elsevier*) *Studies in Communication Sciences*, 14(2), 136–143. <https://doi.org/10.1016/j.scoms.2014.12.001>
- Judisseno, R. K. (2019). *Brandng Destinasi dan Promosi Pariwisata* (Suprianto (ed.)). PT Gramedia.
- Khasanah, U., Martono, D. N., & Supriatna, S. (2023). Role and Effectiveness of the Ciletuh-Palabuhanratu Geopark in Acceleration Achievement of Sustainable Development Goals Pillars of Economic Development. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(10), 8034–8039. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i10.5403>
- Lamopia, I. W. G., & Nindya, P. A. A. (2023). Pengembangan Model Baru Strategi Pemulihan Pariwisata Bali Berbasis Wisata Berkelanjutan. *Analisa Sosiologi*, 12(1), 93–110.
- Mohammed, R., & Bungin, B. (2015). *Audit Komunikasi* (Edisi Kedu). KENCANA.
- Morgan, N., & Pritchard, A. (2004). *Destination Branding: Creating the Unique*

*Destination Proposition* (Second edi). Elsevier Lt.

- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th Editio).
- Ningtiyas, E. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Sutanto, D. H., & Waris, A. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan melalui Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1), 83–96. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.69>
- 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>
- Nugraheni, K. S., Maria, A. D., & Octafian, R. (2020). Penerapan Cleanliness, Health, Safety and Environment (CHSE) Homestay untuk Keselamatan Wisatawan. *Jurmas Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 17–21. <https://doi.org/10.47841/jsoshum.v1i1.116>
- Nurhasanah, S. (2023). *Analisis Perencanaan Program Geopark Harau menuju Geopark Nasional di Kabupaten Lima Puluh Kota* [Universitas Andalas]. [http://scholar.unand.ac.id/213212/1/Cover dan Abstrak.pdf](http://scholar.unand.ac.id/213212/1/Cover%20dan%20Abstrak.pdf)
- Octavianti, M., Suryana, A., & Bajari, A. (2021). Communication Management in Ecotourism Development in West Java of Indonesia. *Review of International Geographical Education*, 11(4), 1130–1145. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.04.108>
- Prabawati, N. P. D. (2020). Desa Canggu, Bali Sebuah Basecamp Bagi Digital Nomad? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4 A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary). *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 91–108. <https://doi.org/10.47608/jki.v14i22020.91-108>
- Pramesti, D. S. (2022). Pelatihan pembuatan dekorasi pada akomodasi wisata homestay di desa Bongan. *Jurnal Lentera Widya*, 3(2), 66–71. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/lenterawidya/article/view/275/283>
- Putri, I. D. A. H., & Ratmini, N. K. S. (2018). Strategi Komunikasi Pramuwisata dalam Menjaga Eksistensi Pariwisata Bali. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 3(1), 1–19.
- Putri, K. Y. S., & Fathurahman, H. (2021). *Audit Komunikasi* (D. Safitri (ed.); Catatan ke). RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Raco, J. . (2010). *Metode Penelitian Kualitatif* (A. L (ed.)). Kompas Gramedia.
- Rahayu, S., & Nurlaela Wati, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 8(2), 1–20. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Rahmatika, A. (2019). MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA RELIGI

MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA. In *UIN Sunan Kalijaga*. UIN Sunan Kalijaga.

- Revida, E., Purba, S., Simanjuntak, M., Lalu Adi Permadi, Marulam MT Simarmata, E. F., Siagian, V., Murdana, I. M., Faridi, A., Putri, D. M. B., Simarmata, H. M. P., Suwandi, A., Pratiwi, I. I., Handiman, U. T., & Purba, B. (2022). *Manajemen Pariwisata* (R. Watrionthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Riinawati. (2019). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*. Pustaka Baru Press.
- Ritchie, J. R. B., & Ritchie, R. J. B. (1998). *THE BRANDING OF TOURISM DESTINATIONS PAST ACHIEVEMENTS & FUTURE CHALLENGES*.
- Saifi, A., Susanto, H., & Mardiani, F. (2024). *Analysis of Tourists ' Behavior in Disposing of Garbage in the Somba Fort Area Opu Makassar*. 8(1), 373–383. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2.3579>
- Saputra, F., & Ali, H. (2022). PENERAPAN MANAJEMEN POAC : PEMULIHAN EKONOMI SERTA KETAHANAN NASIONAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 ( LITERATURE REVIEW MANAJEMEN POAC ). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 316–328.
- Saputra, R. R. (2022). *Eksotisme Lembah Harau, Tempat Terindah Di Indonesia Mirip Yosemite California*. INews Sumbar. <https://sumbar.inews.id/berita/lembah-harau-salah-satu-lembah-terindah-di-indonesia>
- Sekarningrum, A. A., Lestari, P., & Suparno, B. A. (2019). Manajemen Konflik Komunikasi dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(3), 262–279. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i3.3776>
- Sjahrudin, H., Sulistiani, I., Fahrizal, M., Nurrachmah, S., Novieyana, S., Arini, D. U., Ali, H., Mamis, S., Suardhita, N., & Anwar. (2023). *Manajemen Komunikasi* (P. T. Cahyono (ed.)). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Subarkah, A. R., Rachman, J. B., & Akim, akim. (2020). Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 84–97. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.53>
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F., & Entas, D. (2021a). *Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan* (T. A. Creative (ed.)). CV. Anugrah Utama Raharja.
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F., & Entas, D. (2021b). *Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan* (Aura Creative (ed.)). CV. Anugrah Utama Raharja.
- Suprayitno, A., & Muttaqien, M. (2022). Strategi Promosi Dinas Pariwisata DIY Dalam Menarik Wisatawan Melalui Instagram Visiting Jogja Di Era Pandemi (2021). *Proceedings Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference*, 2(1), 142–155. <https://doi.org/10.18196/umygrace.v2i1.430>

- Sutanto, R. P., Natadjaja, L., & Erandaru. (2019). Komparasi Destination Branding dalam Official Website Negara Singapura-Malaysia-Indonesia. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 12(1), 9–19. <https://doi.org/10.9744/nirmana.12.1.9-19>
- Syaifudin, M. Y., & Ma'ruf, M. F. (2022). Peran Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata (Studi Di Desa Jurug Kabupaten Ponorogo). *Publika*, 17–30. <https://doi.org/10.26740/publika.v10n2.p365-380>
- Talalu, T. R., & Sadewo, B. A. (2021). Manajemen komunikasi pariwisata: bone bolango dan pandemi covid-19. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 223–232. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.2.8172>
- Tarigan, F. N. br, Sibuea, N., Mahuli, J. I., Pengeran, Siregar, I., & Gultom, F. (2023). Sosialisasi Pentingnya Teknis Komunikasi yang Baik, Ramah dan Familiar dengan Wisatawan. *Liaison Academia and Society*, 3(1), 32–38.
- Tegar, E. (2023). *2023 Dinas Pariwisata Targetkan Kunjungan Ke Lembah Harau Capai 370 Ribu Orang*. Dekadepos.Com. <https://www.dekadepos.com/2023-dinas-pariwisata-targetkan-kunjungan-ke-lembah-harau-capai-370-ribu-orang/>
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81–92. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>
- Wijayanti, Y. T., Dewi, M. S. R., & Zahra, L. (2022). Manajemen Komunikasi Pariwisata Berkelanjutan Dalam Pengembangan Desa Wisata Pulesari. *Seminar Nasional Dies Natalis Ke-57 Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 50–62.
- Yohana, N, Yasir, Y., & Rummyeni, R. (2018). Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Mengembangkan Potensi Desa Wisata di Kabupaten Bengkalis. *Prosiding Konferensi Nasional ...*, 02(01), 100–109. <http://pknk.web.id/index.php/PKNK/article/view/150>
- Yohana, Nova, Yasir, Y., & Rummyeni, R. (2018). Konferensi Nasional Komunikasi. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 02(01), 657–667. <http://pknk.org/index.php/PKNK/article/view/47/52>
- Yusman, D., Effendi, N., & Ifdal, I. (2021). Manajemen Kawasan Wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. *Menara Ilmu*, 15(1), 32–41. <https://doi.org/10.31869/mi.v15i1.2545>
- Yusof, M. F. M., Ismail, H. N., & Ahmad, G. (2019). Branding Langkawi Island As a Geopark Destination. *International Journal of Built Environment and Sustainability*, 6(1–2), 7–14. <https://doi.org/10.11113/ijbes.v6.n1-2.377>
- Zaenal, A. R., & Lusianawati, H. (2021). Analisis Deskriptif Audit Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta dalam Mensukseskan Program “Enjoy Jakarta.” *Journal The Source*, 3(2), 60–75.