UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Peran dan Kolaborasi Pemangku Kepentingan dalam Proses Komunikasi Pemasaran di Pantai Goa Cemara
Oktaviana Listyawati, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D. ; Dr. techn. Khabib Mustofa, S.Si., M.Kom.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Aji, G. A. (2017). Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Pantai Goa Cemara (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Pantai Goa Cemara Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul). Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory, 18*(4), 543–571. https://doi.org/10.1093/jopart/mum032

Arista, A. (2017). Fpemangku kepentingan-Fpemangku kepentingan yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Way Lalaan di Kabupaten Tanggamus. Skripsi. Universitas Lampung.

Batra, R., & Keller, K. L. (2016). *Integrating marketing communications: New findings, new lessons, and new ideas*. Journal of Marketing, 80(6), 122–145. https://doi.org/10.1509/jm.15.0419

Bramwell, B., & Lane, B. (2000). Collaboration and partnerships in tourism planning. In B. Bramwell & B. Lane (Eds.), *Tourism Partnerships and Collaboration: Politics, Practice and Sustainability* (pp. 1-19). Channel View Publications. https:archive.org/details/tourismcollabora0000unse_d1a5/page/n1/mode/2up

Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. Journal of Sustainable Tourism, 19(4–5), 411–421. https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Chamidah, N., Guntoro, B., Sulastri, E. (2020). Marketing Communication and Synergy of Pentahelix Strategy on Satisfaction and Sustainable Tourism. Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 3 (2020) 177-190.

Chimirri. D. (2021). Studying how tourism is done: A practice approach to collaboration. *Tourist Studies*, 21(3), 347-366. https://doi.org/10.1177/1468797621998286

Dahliah, D. (2024). Komunikasi Pemasaran Pariwisata: Studi Kasus Dinas Kabupaten Pangandaran. Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia. 4 (3). https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal

Fatmawati, I., & Sulistyo, A. (2022). Peningkatan Daya Saing Objek Wisata Berbasis Masyarakat melalui Strategi Digital Marketing. JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat), 6(2), 383. https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.124

Fill, C. (2009). Marketing communications: Interactivity, communities and content (5th ed.). Pearson Education.

Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Pemangku kepentingan Approach. Pitman.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Peran dan Kolaborasi Pemangku Kepentingan dalam Proses Komunikasi Pemasaran di Pantai Goa Cemara
Oktaviana Listyawati, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D. ; Dr. techn. Khabib Mustofa, S.Si., M.Kom.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gato, A., Ferreira, J. J., & Fernandes, C. (2022). Marketing communication and creative tourism: An analysis of the local destination management organization. *Sustainability, 14*(1), 1–19. https://doi.org/10.3390/su14010042

Gray, B. (1985). "Conditions Facilitating Interorganizational Relations". Human Relations, 38 (10): 911–936

Handayani, R. D., & Rahmawati, D. (2020). Pengembangan Pemasaran Ekowisata Konservasi Penyu Hijau Dengan Bauran Pemasaran 4P Di Pantai Goa Cemara Kabupaten Bantul. Jurnal Sain Manajemen, 2(2), 63.

Harb, N., Hamdan, A., & Almahasneh, M. A. (2025). Promoting tourism sustainability in Jordan: Policy effectiveness and pemangku kepentingans' perspectives. Sustainability, 17(1), 1–22.

Hardiyanto, D., Wijaya, M., Sastyawan A. (2025). The role of marketing communications in influencing the promotion and visibility of tourist destinations: A systematic literature review. Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship (JoSTE). https://doi.org/10.35912/joste.v6i2.2266

Hidayah, N. (2021). Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital: Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing. Jakarta: Kreasi Cendekia Pustaka

Jamal, T., & Higham, J. (2021). Justice and ethics: towards a new platform for tourism and sustainability, Journal of Sustainable Tourism, 29:2-3, 143-157.

Kuntadi (2022). Pelibatan Pemangku Kepentingan Dalam Promosi Destinasi Pariwisata Indonesia Tahun Tahun 2020-2022: Analisis Tagar Twitter #DiIndonesiaAja. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

Pemerintah Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.* Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/144428/permen-par-no-14-tahun-2016

Kusumaningrum, R., Yuni Dharta, F., & Chaerudin. 2021. Penguatan Strategi Komunikasi Pada Pengelola Destinasi Wisata Di Kabupaten Karawang. To Maega Jurnal Pengabdian Masyarakat (4)1,134-144. Universitas Singaperbangsa Karawang.

Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). Marketing Management (16th ed.). Pearson Education Limited.

Matikainen, L. S. (2022). Addressing Sustainability in the Mining Industry Through Pemangku kepentingan Engagement. South Asian Journal of Business and Management Cases, 11(1), 35-48. https://doi.org.org/10.1177/22779779221078673

McCabe, S. (2010). *Marketing communications in tourism and hospitality.* Routledge.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Peran dan Kolaborasi Pemangku Kepentingan dalam Proses Komunikasi Pemasaran di Pantai Goa Cemara
Oktaviana Listyawati, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D. ; Dr. techn. Khabib Mustofa, S.Si., M.Kom.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Morrison, A. M. (2019). *Marketing and managing tourism destinations* (2nd ed.). Routledge.

Nugroho, R. (2014). *Kebijakan publik di negara-negara berkembang*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.Prisgunanti

Nugroho, Riant. (2014). *Public Policy*. Jakarta: PT. Elex Media. Komputindo.

Nulmalasari, & Agustin. (2017). *Peran Pokdarwis dalam Pengelolaan Sampah di Objek Wisata Pantai Goa Cemara*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Nursyadiah, I., Dharta, F. Y., Kusumaningrum, R. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dalam Promosi Destinasi Wisata Taman Kincir Marigold Garden Karawang. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/3405/2948

Priyanath, H. M. S. (2022). The role of pemangku kepentingans in tourism promotion: A study of the Sigiriya tourist destination in Sri Lanka. International Journal of Management and Commerce Innovations, 10(1), 20–28.

Pulungan, D. R., & Utomo, A. S. (2024). Sinergi Pemangku kepentingan Pentahelix dalam Promosi Pariwisata Berbasis Komunitas. Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 16(2), 112–126.

Putra, A. S. E., Hardiyanti, R., & Salsabil, L. S. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menjaga Hubungan Baik dengan Pemangku Kepentingan Eksternal: Studi Kasus Swiss-Belhotel Bandara Jakarta Soekarno Hatta. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4 (6). 10.47467/elmujtama.v4i6.4866

Putri, E. D. H., Yulianto, A., & Hadi, W. (2024). Efektifitas Instagram Media Dinas Pariwisata Bantul dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Pantai Goa Cemara. Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen, 14(2), 1–11.

Rahu, P.D. (2021). Kolaborasi Model Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangkaraya. Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan.

Ring, P.S., & Ven, A.H. (1994). Developmental processes of cooperative interorganizational relationship. *The Academy of Management Review*, 19(1), 90-118. https://doi.org/10.2307/258836

Schultz, D. E., & Kitchen, P. J. (2017). *Communicating globally: An integrated marketing approach.* Palgrave Macmillan.

Setyanto (2021). Kolaborasi dalam Pemasaran Hotel Mitra antara Reddoorz dengan Reddorz Syariah @babadan baru. Tesis. Universitas Gadjah Mada.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Peran dan Kolaborasi Pemangku Kepentingan dalam Proses Komunikasi Pemasaran di Pantai Goa Cemara
Oktaviana Listyawati, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D. ; Dr. techn. Khabib Mustofa, S.Si., M.Kom.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Sheehan, L. R., Ritchie, J. R. B., & Hudson, S. (2007). The destination promotion triad: Understanding asymmetric pemangku kepentingan interdependencies among the city, hotels, and DMO. Journal of Travel Research, 46(1), 64–74.

Stalmirska, B., & Camprubí, R. (2022). Conducting a systematic qualitative content analysis in hospitality and tourism research. In M. Joseph Sirgy, C. Andereck, & G. Woo Lee (Eds.), *Handbook of methodology in hospitality and tourism* (pp. 171–187). Emerald Publishing. https://doi.org/10.1108/9781801175463-009

Stiglitz, J. E., & Rosengard, J. K. (2015). *Economics of the public sector* (4th ed.). W. W. Norton & Company.

Subekti. (2024). *Laporan Pemasaran, Promosi, Event, dan Anggaran di Pantai Goa Cemara* [Laporan internal tidak dipublikasikan]. Sekretariat Pantai Goa Cemara

Subekti, F. (2024). Profil Organisasi dan Pemangku Kepentingan di Pantai Goa Cemara. Sekretariat Pantai Goa Cemara. Yogyakarta.

Suta, P. W. P., Sastrawan, I. G. A., Mirayani, N. K. S., Widyayanthi, N. P. L., & Kesumadewi, A. A. A. R. (2025). Identifikasi Peran dan Strategi Kolaborasi Penta Helix Pada Desa Wisata Pujon Kidul Malang. *JGEN : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1), 114–124. https://doi.org/10.60126/jgen.v3i1.718

United Nations World Tourism Organization. (2008). Handbook on E-marketing for tourism destinations. United World Tourism Organization ; European Travel Commission.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2007). *A practical guide to tourism destination management.* UNWTO.

Utomo, D. K. S., & Pulungan, A. R. (n.d.). The role of pemangku kepentingans in developing Alamendah tourism village.

Waayers, D., Lee. D., & Newsome, D. (2012). Exploring the nature of pemangku kepentingan collaboration: A case study of marine turtle tourism in the Ningaloo region, Western Australia. *Current Issues in Tourism*, 15(7), 673-692. https://doi.org/10.1080/13683500.2011.631697

Wang, Y., & Xiang, X. (2007). Toward a Theoretical Framework of Collaborative Destination Marketing. Journal of Travel Research, 46, 75-85. University of Central Florida in Orlando.

Wicaksono, D., & Rozi F. (2024). Implementasi Model Pentahelix sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Desa Wisata Kebonagung Kabupaten Sumenep. Journal of Social Community.

Wood, D. J., & Gray, B. (1991). Toward a comprehensive theory of collaboration. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27(2), 139-162. https://doi.org/10.1177/0021886391272001

Yusuf, A. M. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan (1st ed.). Kencana.