

DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C dan Fatchiya, A. 2017. Efektivitas *Website* Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat.. Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat 1 (4) : 451 - 466.
- Anderson, T., 2008. *The Theory and Practice of Online Learning*. Second Edition, AU Press Canada. Athabasca University.
- Ariadi, Bambang Yudi. 2011. Metode Pengembangan Industri Kreatif Komoditi Pertanian. Jurnal HUMANITY 7 (1) : 11 - 14.
- Astuti, NI Wayan Wahyu. 2013. Prospek Pengembangan Agrowisata sebagai Wisata Alternatif di Desa Pelaga. Jurnal Sosial dan Humaniora 3 (3) : 51 – 57.
- Aulia, Livana. 2017. Pengaruh Pemanfaatan Instagram Pt. Indmira Terhadap Motivasi Followers Untuk Kegiatan Pertanian. Skripsi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Buanasari, P. R. 2015. Persepsi petani terhadap program Gerakan Penerapan Pengelolaan Tanaman Terpadu (GP-PPT) kedelai di Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Skripsi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Cangara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chasanah, Siti Uswatun. 2013. *Pemasaran Kesehatan Sosial*. Yogyakarta : Budi Utama.
- Dimayanti A. 2018. Pengaruh Konten Post Pada Media Sosial Instagram Terhadap Citra Merek Harvest Queen Hydroponic. Skripsi Universitas Brawijaya. Malang.
- Fadhila, A.P., 2016. Keefektifan *Official Weblog* Sebagai Media Promosi Desa Wisata Salak Pondoh Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman. Skripsi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hardaning, Tira. 2015. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram terhadap Motivasi Berkunjung ke Agrowisata Kebun Begonia Lembang Jawa Barat. Skripsi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Inayah. 2011. Tinjauan psikologis efek komunikasi massa. Jurnal Pengembangan Humaniora 1 (3) : 168-173.
- Indrawati, N. R. 2003. Keefektifan media komunikasi dalam proses adopsi inovasipertanian hasil pengkajian BPTP DIY di Kabupaten Bantul. Skripsi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

- Istiyanto, S Bekti. 2008. Social Marekting (Pemasaran Sosial). <http://sbektiistiyanto.files.wordpress.com/2008/10/pemasaran-sosial-kes.ppt>. diakses tanggal 25-2-2019.
- Kolter, Philip dan Armstrong, Gary. 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Ed 12, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kolter, Philip dan Keller, K. 2009, Manajemen Pemasaran, Ed 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kusumastuti YI. 2009. Komunikasi Bisnis. Bogor : IPB Press.
- Mahendra, Bimo. 2017. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi* 16 (1) : 151 – 160.
- Marlina, L., A. Saleh, dan R.W.E. Lumintang. 2009. Perbandingan Efektivitas Media Cetak (Folder dan Poster-Kalender) dan Penyajian Tanaman Zodia terhadap Peningkatan Pengetahuan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 7 (2) : 1 – 20.
- Mulyana Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurisyah, S. 2001. Pengembangan Kawasan Wisata Agro (*Agrotourism*). *Bulletin Taman dan Lanskap Indonesia* 4 (2) : 20 - 23.
- Patrajuangga. 2016. Efektivitas Pemanfaatan Instagram Dalam Kegiatan Urban Farming Oleh Komunitas Jogja Berkebun Di Yogyakarta. Skripsi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Permatasari, Gita. 2016. Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian “Yoghurt Cimory”. Skripsi Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sadono, Dwi. 2008. Pemberdayaan Petani:Paradigma Baru Penyuluhan PertanianDi Indonesia. *Jurnal Penyuluhan* 1 (4) : 65-74.
- Salamoon, DK. 2013. Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya. Skripsi Universitas Petra. Surabaya.
- Saputri., R. D., Sapja A., Arip W. 2016. Peran Penyuluh Pertanian Lapangan Dengan Tingkat Perkembangan Kelompok Tani Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal AGRISTA* 4 (3) : 341 – 352.

- Shaw, Bret. 2008. Community-based Social Marketing: Focus on Behavior Change. U.W.-Extension, Environmental Resource Center, Department of Life Sciences Communication. <http://www.uwex.edu/ces/depthead/conference/documents/17.pdf> diakses tanggal 1-3-2019.
- Shewchuk, John. 1994. Social Marketing For Organizations. <http://www.omafra.gov.on.ca/english/rural/facts/92-097.htm> diakses tanggal 25-2-2019
- Singarimbun, M dan Efendi. 1995. Metode Penelitian Survey. Jakarta : PT. Pustaka LP3ES.
- Siti Nurisyah, 2001. Rencana Pengembangan Fisik Kawasan Wisata Bahari di Wilayah Pesisir Indonesia. Buletin Taman Dan Lanskap Indonesia. Perencanaan, Perancangan dan Pengelolaan 3 (2) Studio Arsitektur Pertamanan Fakultas Pertanian IPB Bogor
- Supradono. B, dan Hanum A N. 2011. Peran Sosial Media untuk Manajemen Hubungan dengan Pelanggan pada Layanan E-commerce. Jurnal unimus 7 (2) : 34 - 45.
- Suryadana, M. Liga dan Octavia, Vanny 2015, Pengantar Pemasaran Pariwisata, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tirtawinata dan Fachrudin. 1999. Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Ulfa, Nabila Ayu. 2018. Strategi Pengembangan Agrowisata "Bhumi Merapi" di Kabupaten Sleman. Fakultas Pertanian UGM, Yogyakarta. Skripsi.
- Watie, Errika Dwi Setya, 2011. Komunikasi dan Media Sosial. THE MESSENGER 3 (1) : 69 - 75.
- Wicaksono, M. S., dan Yunitasari, D. 2018. Efektivitas Endorser Dalam Promosi Pariwisata Indonesia. Jurnal Gama Societa, Vol. 1 (1) : 1-8.
- Yani, Diarsi Eka. 2009. Persepsi Anggota terhadap Peran Kelompok Tani pada Penerapan Teknologi Usahatani Belimbing. Respository.ipb.ac.id. diakses tanggal 25-2-2019.
- Yunandantio P. R., 2016. Efektivitas Pemanfaatan Instagram Dalam Kegiatan Urban Farming Oleh "Komunitas Jogja Berkebun" Di Kota Yogyakarta. Skripsi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Zarella, D. 2010. The Sosial Media Marketing Book. PT Serambi Ilmu Semesta, Jakarta.