

## WORKS CITED

- Ahsani, R., Suryaningsih, O., Ma'rifah, N., & Aerani, E. (2018). *Penerapan Konsep Community Based Tourism (CBT) di Desa Wisata Candirejo Borobudur Mewujudkan Kemandirian Desa*. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 3(2).
- Akbar, Moh (2018) *Pengembangan Desa Wisata Budaya Berbasis Masyarakat di Dusun Sade Desa Rembitan Kabupaten Lombok Tengah*. Undergraduate (S1) thesis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Amanda N. (2019). *Efektivitas Pemanfaatan Sistem Informasi E-tourism sebagai Media Promosi (Studi Kasus: visitingjogja.co)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Alves, H., Fernandes, C., & Raposo, M. (2016). Social Media Marketing: A Literature Review and Implications. *Psychology & Marketing*, 33(12), 1029-1038.
- Awaluddin & Hendra. (2018). *Fungsi Manajemen Dalam Pengadaan Infrastruktur Pertanian Masyarakat di Desa Watatu Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala*. *Jurnal Universitas Tadulako*, 2 No. 1.
- Boz, M. (2011). *Succesful Promotion Strategy in Destination Tourism Marketing Through Social Media; Queensland, Australia Case*. Dukagjini College.
- Cakim, I. M. (2010). *Implementing Word of Mouth Marketing: Online Strategies to Identify Influencers, Craft Stories, and Draw Customers*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Chaerunissa, S., & Yuniningsih, T. (2020). *Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang*. *UNDIP E-Journal Systems (UEJS) Portal*.
- Desa Wisata Nglinggo | Dinas Pariwisata Kulon Progo. (2017). Retrieved 6 March 2021, from <http://www.dinpar.kulonprogokab.go.id/desa-wisata-nglinggo.html>.
- Donny, Sharon & Mohd Nor, Nor. (2012). *Community-based Tourism (CBT): Local Community Perceptions Toward Social and Cultural Impacts*.
- Farah, Yuyun. (2017), *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglinggo, Pagerharjo, Sami Galuh, Kulon Progo, Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Goldsmith, R., & Tsiotsou, R. (2012). *Strategic Marketing in Tourism Services*. Bingley: Emerald.
- Gürel, Emet. (2017). *SWOT Analysis: A Theoretical Review*. *Journal of International Social Research*.
- Javed, M., Tučková, Z., & Jibril, A. (2020). *The Role of Social Media on Tourists' Behavior: An Empirical Analysis of Millennials from the Czech Republic*. *Sustainability*, 12(18).
- Irfan, P., & Apriani, A. (2017). *Analisa Strategi Pengembangan E-Tourism Sebagai Promosi Pariwisata di Pulau Lombok*. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 9(3), 325-330.

- (2019, May 16). *Pengembangan Pariwisata dan Peran Kelompok Kegiatan Program KKBPK*. Retrieved January 26, 2021, from <https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/6849/pengembangan-pariwisata-dan-peran-kelompok-kegiatan-program-kkbpk>.
- Komsary, K. (2018). Community-Based Tourism. Retrieved 4 March 2021, from <https://tourism.binus.ac.id/2018/01/08/community-based-tourism/>.
- Kristian, D. (2020). *Dampak Pariwisata Terhadap Aspek Social Budaya Masyarakat (Studi Kasus Kampung Wisata Wayang Desa Wisata Kepuhsari, Kecamatan Manyaran, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Kumoro, T. (2021, March 30). Personal communication [Personal Interview].
- Mayasari, D. (2014). *Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Berau Kalimantan Timur Dalam Upaya Menjadikan Pulau Derawan Sebagai Tujuan Wisata)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Minazzi, R. (2016). *Social Media Marketing in Tourism and Hospitality*. Cham: Springer.
- Mochtar, D. (2021, March 30). Personal communication [Personal Interview].
- Nafiah, Imroatun (2017). *Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Canggu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri.
- Nurrohman, T. (2019). *Implementasi Digital Marketing Komunitas #AyoKeDamRaman Sebagai Strategi Pengembangan Objek Wisata Dam Raman Kota Metro*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Owsinski, B. (2013). *Social Media Promotion for Small Business and Entrepreneurs*. Burbank: Bobby Owsinski Media Group.
- O'Meara, V. (2019). Weapons of the Chic: Instagram Influencer Engagement Pods as Practices of Resistance to Instagram Platform Labor. *Social Media Society*, 5(4).
- Pakpahan, R. (2017). *Implementasi Prinsip Pariwisata Berbasis Komunitas Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglinggo Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Pan, Bing. (2015). *E-Tourism (Encyclopedia of Tourism)*. New York: Spriner. 10.13140/2.1.3121.5681.
- PEMKAB - Geografis. (n.d.). Retrieved January 06, 2021, from <https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/7670/geografis>.
- PEMKAB - Sosial Budaya. (n.d.). Retrieved January 06, 2021, from <https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/7674/sosial-budaya>.

Visi Misi Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. (n.d.). Retrieved January 06, 2021, from <https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/7686/visi-misi-pemerintah-kabupaten-kulon-progo>.

Pratama, R. (2020). *Strategi Pengembangan Desa Wisata Minat Khusus: Studi di Desa Wisata Malangan Kabupaten Sleman*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Prayudi, M. (2020). *Prospek Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kabupaten Kulonprogo*. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, Volume 11.

Puspitasari, N. 2017. *Strategi Promosi Pariwisata: Puncak Becici, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Putri, N. O. I., & Warsono, H. (2018). *Manajemen Electronic Government di Kabupaten Semarang*. *Journal of Public Policy and Management Review*, 7(2), 373-385. doi:10.14710/jppmr.v7i2.20105

Riswanto, A., & Andriani, R. (2018). *Maksimalisasi Potensi Geowisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. *Jurnal Pariwisata*, Vol 5 No. 2, 147-155.

Rohman, A. (2017). *Dasar - Dasar Manajemen*. Malang: Inteligensia Indonesia.

Romadhan, M. (2017). *Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Potensi Desa*. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, Vol. 02, No. 02, 84 – 93. Retrieved from <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpm17/article/viewFile/1064/947>

Rusdi, J. (2019). *Peran Teknologi Informasi Pada Pariwisata*. *JSTIE (Jurnal Sarjana Teknik Informatika)*, Vol. 2 No. 2. Retrieved from <http://journal.stkom.ac.id/index.php/aims/article/view/78>.

Scott, D. (2011). *The New Rules of Marketing & PR*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sezgin, E. (2016). *e-Consumers in the Era of New Tourism*. Singapore: Springer Singapore.

Stephanie Hays, Stephen John Page & Dimitrios Buhalis (2012): *Social Media as a Destination Marketing Tool: Its Use by National Tourism Organisations*, *Current Issues in Tourism*.

Sulaiman, M. (2020). *Translation Aand Tourism*. SPRINGER Verlag, SINGAPORE.

Widyaningrum, R. (2019). *Perubahan Social Ekonomi Masyarakat Pasca Pembentukan Desa Wisata Nglinggo di Kabupaten Kulon Progo*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.