

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwinata, A. (2020). Efektivitas Kinerja Generasi Pesona Indonesia terhadap Promosi Pariwisata (Studi kasus Generasi Pesona Indonesia Kabupaten Bulukumba) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Azzahrani, M. (2018). Strategi komunikasi pemasaran kementerian pariwisata Indonesia dalam pesona indonesia melalui youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 144-161.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaffey, D. (2020). Global social media research summary August 2020. *Smart Insights*, 3, 00117-3.
- Deru R. Indika dan Cindy Jovita, Media Sosial Instagram Sebagai Sarana promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen, *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol 01, No, 09, Desember 2020, Hlm. 25
- Dymon, Cristine & Holloway, immy. 2017. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta, Bentang Pustaka
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata. uwais inspirasi indonesia*.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *"Ilmu, teori dan filsafat Komunikasi"*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Finarsih, F. (2019). SURVEI PERKEMBANGAN OBJEK WISATA PERMANDIAN AIR PANAS PINCARA KECAMATAN MASAMBA KABUPATEN LUWU UTARA (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).

- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media, 3.
- Iqrar, M. K., & Husain, A. S. (2022). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PARIWISATA KECAMATAN RONGKONG LUWU UTARA.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98.
- Kusuma Vardhani, N., Siwi Purwaning Tyas, A., Studi Bahasa Inggris, P., Bahasa, D., dan Manajemen Budaya, S., & Vokasi, S. (n.d.). Agnes Siwi Purwaning Tyas-Strategi Komunikasi dalam Interaksi dengan Mahasiswa Pertukaran Asing.
- Lexy J. Moleong, (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Made, N., Rukmiyati, S., & Suastini, N. M. (2016). Dampak media sosial terhadap perilaku wisatawan. 339–347. Mandey, J. B. (2013).
- Mahanani, P. S., & Hastasari, C. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA JOGJA EXOTARIUM. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(4).
- Mailin, M., Rambe, G., Ar-Ridho, A., & Candra, C. (2022). TEORI MEDIA/TEORI DIFUSI INOVASI. *Jurnal Guru Kita PGSD*, 6(2), 168-168.
- Mintzberg, H., & Quinn, J. (1991). *The strategy process: concepts, context, cases.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Moekahar, F. (2021). Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis: Strategi Komunikasi dan Perencanaan Strategi.
- Mukarom, Zaenal. 2020. TEORI-TEORI KOMUNIKASI. Bandung, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Mulitawati, Mauliga & Retnasary, Maya. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial

Media Instagram, *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* Vol 4 No 1 2020.

Muniroh, N. I., Ruliana, P., & Prisanto, G. F. (2020). Model Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Pariwisata melalui Kampanye Wonderful Indonesia. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 55–65. <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.50>

Muntaha, N. G., & Amin, A. (2023). Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 2548-2554.

Musthofa, B. M. (2019). Kreativitas Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Yogyakarta dalam Mempromosikan Destinasi Digital, Studi Kasus Pasar Ngingrong Gunungkidul. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(2), 98-109.

Ratu, A., Sihabudin, A., & Mukhroman, I. (2018). Promosi Digital Destinasi Digital Banten Oleh Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Banten (Studi Pada Pasar Kampung Bekelir) (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).

Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. In *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Safko, L. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. In *Buku* (2nd ed.). Hoboken-New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.

Stefanus Rumangkit, Pengaruh Sosialisasi Organisasi Pada Komnitmen Apektif yang Dimendiasi Oleh Kesesuaian Nilai, *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol. 2, No. 07 Desember 2020, hlm. 42

Sudiantini, dian. (2022). *Manajement Komunikasi*. Purwokerto: Pena Persada Redaksi

Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)

Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). Strategi komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan objek wisata Kabupaten Banggai. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 197-212.

Utama, I. G. B. R. (2017). Pemasaran pariwisata. Penerbit Andi.

Wahyuni Purbohastuti Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, A. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Vol. 12, Issue 2).

Zahrotul Umami, Social Strategi Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Interaksi*, Vol. 4, No, 09, Desember, 2020, Hlm. 198

<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/genpi-dan-netas-perpanjangan-tangan-kemenparekraf-optimalkan-pariwisata-dan-ekraf> (diakses 5 oktober 2023)

<https://luwuutarakab.go.id> (diakses 4 desember 2023)

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Luwu_Utara (diakses 14 february 2024)

LAMPIRAN

A. PEDOMAN WAWANCARA

1. Strategi apa saja yang sudah dilakukan untuk mempromosikan pesona pariwisata Luwu Utara?
2. Media digital apa yang paling berfungsi untuk mempromosikan pesona pariwisata Luwu Utara?
3. Apa saja kegiatan promosi GenPi Luwu Utara?
4. Apakah ada newsletter diluar sosisl media tersebut Standarisasi konten pada akun GenPi Luwu Utara?
5. Apa saja kegiatan strategi komunikasi untuk mempromosikan pesona pariwisata Luwu Utara?
6. Media sosial mana yang paling menjual/ untuk mempromosikan pesona pariwisata Luwu Utara?
7. Bagaimana bentuk kerjasama dengan Dinas Pariwisata dalam melakukan kegiatan promosi pariwisata di Luwu Utara?
8. Apa saja kendala yang terjadi dalam komunikasi pemasaran dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Tanah Datar ?
9. Adakah faktor pendukung GenPi Luwu Utara?
10. Bagaimana GenPi Luwu utara menentukan kekuatan dan Kelemahan Internal dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran pengembangan pariwisata?
11. Apakah GenPi Luwu utara membuat sejumlah strategi alternatif dalam strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan?

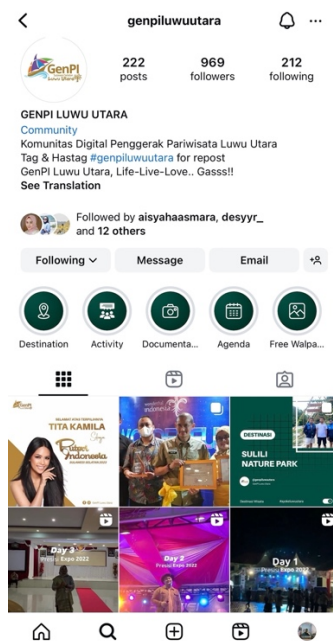
B. DOKUMNTASI

a. Sosial Media GenPI Luwu Utara

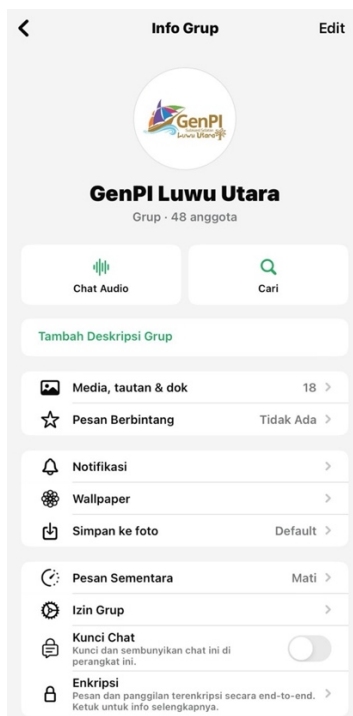
1) Facebook



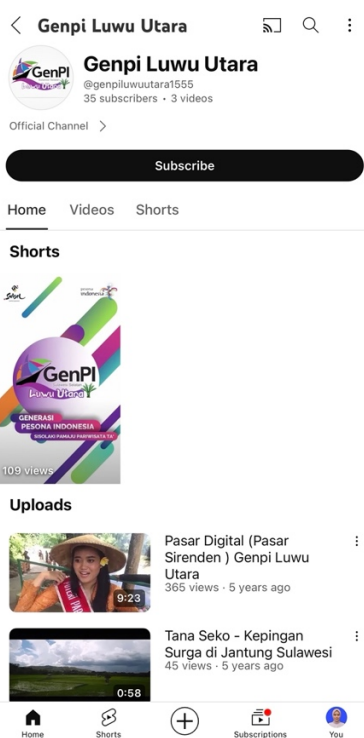
2) Instagram



3) Whatsapp



4) youtube



b. Destinasi wisata Luwu Utara

1) Air panas pincara



2) Rongkong tanah masakke



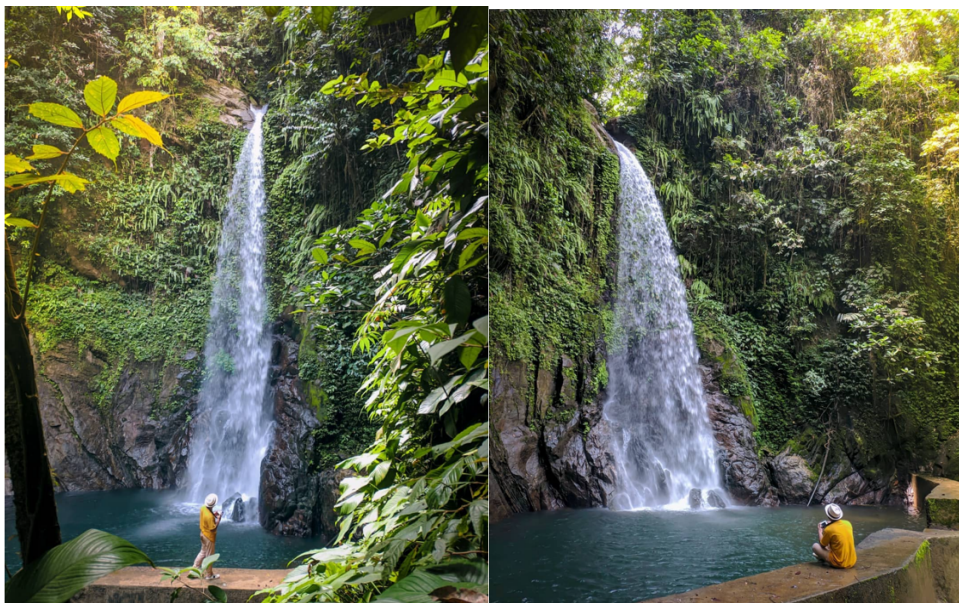
3) Air terjun Sarambu alla



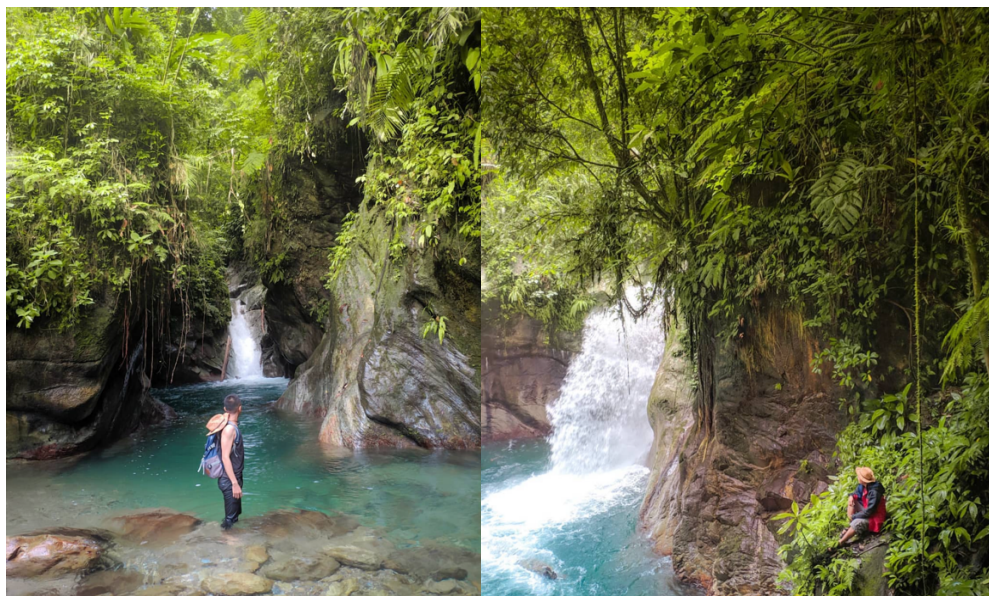
4) Padang savana seko



5) Air Terjun rema Tamboke



6) Air terjun bantimurung



7) Bukit Tiro' soe



8) Kampung Tenun Rongkong



c. Aktivitas GenPI

d. Wawancara Bersama narasumber



