

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiddulloh, M., & Nurrachmad, L. (2025). Komunikasi pemasaran terpadu aktivitas outdoor objek wisata linggo asri di kabupaten pekalongan. *Abiddulloh | journal of sport science and tourism activity*. <https://doi.org/10.62870/josita.v4i2.35307>
- Adikristanto, A., & Angelita, G. (2024). Implementasi integrated marketing communication (imc) dalam program karisma event nusantara 2024 di kemenparekraf. *Journal of education research*, 5(3), 4186-4191.
- Aliyahdzil2700. (2025, April 26). *Nggak perlu jauh ke bali, the mystical kecak dance kini ada di tmii*. Kompasiana. Diakses pada 20 Desember 2025, dari <https://www.kompasiana.com/aliyahdzil2700/6939a4dded64150c1c113ea4/nggak-perlu-jauh-ke-bali-the-mystical-kecak-dance-kini-ada-di-tmii>
- Alzaydi, Z., & Elsharnouby, M. (2023, 9). Using social media marketing to pro-tourism behaviours: the mediating role of destination attractiveness and attitude towards the positive impacts of tourism. *Future business journal*, 9(1).
- Amalliah, & Anggraini, K. (2023). Strategi komunikasi pemasaran penyelenggaraan event dan festival pariwisata di kabupaten banyuwangi. *Jurnal netnografi komunikasi*, 2(1), 27-35.
- Anjelin, C., & Wahyuni, I. (2018). Strategi komunikasi pemasaran terpadu bandung makuta cake dengan menggunakan imc model dwi sapta. *Jurnal communication*, 9(1). Diambil kembali dari [www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com),
- Aziz, M. (2023, 9). Prototipe model komunikasi digital pariwisata berbasis integrated marketing communication (imc). *Coverage: journal of strategic*

*communication*, 14(1), 37-49. Diambil kembali dari  
[https://www.bps.go.id/website/materi\\_ind/materibrsind-](https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materibrsind-)

Badan pusat statistik. (2021, 1). *Berita resmi statistik hasil sensus penduduk 2020*.  
Diambil kembali dari  
[https://sensus.bps.go.id/berita\\_resmi/detail/sp2020/1/hasil-sensus-penduduk-2020?utm\\_com](https://sensus.bps.go.id/berita_resmi/detail/sp2020/1/hasil-sensus-penduduk-2020?utm_com)

Badan pusat statistik. (2024, 12). Profil suku dan keragaman bahasa daerah hasil long form sensus penduduk 2020. *Profil suku dan keragaman bahasa daerah – hasil long form sensus penduduk 2020*. Diambil kembali dari  
[https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/12/6feb932e24186429686fb57b/profil-suku-dan-keragaman-bahasa-daerah-hasil-long-form-sensus-penduduk-2020.html?utm\\_com](https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/12/6feb932e24186429686fb57b/profil-suku-dan-keragaman-bahasa-daerah-hasil-long-form-sensus-penduduk-2020.html?utm_com)

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2025, Oktober 7). *Jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata unggulan menurut lokasi di DKI Jakarta 2023*. Diambil kembali dari <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/Nzc3IzI=/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-obyek-wisata-unggulan-menurut-lokasi-di-dki-jakarta.html>

Berhanu, K., & Raj, S. (2024). The role of social media marketing in ethiopian tourism and hospitality organizations: applying the unified theory of acceptance and use of technology model. *Cogent social sciences*, 10(1).

Bintang Nurijadi, Novida Irawan, Fransiska, F., & Ambarwati, A. (2024, 8). Strategi komunikasi pemasaran terpadu melalui media sosial instagram "nona judes". *Mukasi: jurnal ilmu komunikasi*, 3(3), 259-270.

Brata, I., Rai, I., Rulianto, & Wartha, I. (2020, 12). *Pelestarian warisan budaya dalam pembangunan pariwisata bali yang berkelanjutan*.

- Creswell, & John, W. (2018). *Creswell 2018* (5 ed.). Los angeles: sage publications, inc.
- Creswell, J. (2018). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5 ed.). Sage publications.
- Dadová, I., & Soviar, J. (2021). The application of online marketing tools in marketing communication of the entities with the tourism offer in 2020 in slovakia. *Transportation research procedia*, 55, 1791-1799.
- Emilia, E., & Nurlela. (2023). Pentingnya pelestarian warisan budaya dalam pariwisata. *Jima: jurnal ilmiah mahasiswa research findings, literature review, and systematic review*, 1(1).
- Falát, L., & Holubčík, M. (2017). The influence of marketing communication on financial situation of the company - a case from automobile industry. *Procedia engineering*, 192, 148-153.
- Gato, M., Dias, Á., Pereira, L., Da Costa, R., & Gonçalves, R. (2022, 3). Marketing communication and creative tourism: an analysis of the local destination management organization. *Journal of open innovation: technology, market, and complexity*, 8(1), 40.
- Ghrahito, J., Krussell, H., Eristia, D., & Paramita, L. (2016). Komunikasi pemasaran terpadu dan ekuitas merek alfamart. *Benefit jurnal manajemen dan bisnis*, 1(1), 27.
- Haryanto, A. T. (2024, januari 31). *Apjii: jumlah pengguna internet indonesia tembus 221 juta orang*. Dipetik 1 2025, dari detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

Hasan, H., Natalisa, D., Stiawan, D., & Andriana, I. (2025). Imc and digital marketing in event tourism to enhance tourist visits: a systematic review. In advances in economics, business and management research/advances in economics, business and management research (pp. 13–29). [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-912-4\\_3](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-912-4_3)

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: airlangga.

Kompas.com. (2025, April 27). *Berita foto: potret tari kecak taman mini yang padat penonton*. Kompas.com. Diakses pada 20 Desember 2025, dari <https://travel.kompas.com/read/2025/04/27/162017427/berita-foto-potret-tari-kecak-taman-mini-yang-padat-penonton>

Kvale, S. (1996). *Interview views: an introduction to qualitative research interviewing*. Thousand oaks: ca: sage publications.

Martha, E., & Kresno, S. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*. Rajagrafindo persada.

Maulana, M. F. (2025, November 30). *Pertunjukan kecak “rahwana lina” pakaian raturan penonton di TMII*. detikTravel. Diakses pada 20 Desember 2025, dari <https://travel.detik.com/fototravel/d-8235466/pertunjukan-kecak-rahwana-lina-pakaian-raturan-penonton-di-tmii?page=1>

Mihaela, O. (2015). The influence of the integrated marketing communication on the consumer buying behaviour. *Procedia economics and finance*, 23, 1446-1450.

Miles, M., Huberman, A., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook* (3 ed.). Sage publications.

Novita, M. (2025, 2). *Tren wisata gen z, budaya lokal dan berkelanjutan jadi pilihan*. Diambil kembali dari <https://www.tempo.co/hiburan/tren-wisata->

- Nugroho, C., Retno Wulan, R., Wulandari, A., Rina, N., Dewi, J., & Al Ghozali, C. (2025). Examining communication strategy and implementation of the social forestry program of the ministry of environment and forestry indonesia in bandung west java. *Cogent social sciences*, 11(1).
- Nurizal, H., Wahyudin, U., & Rahmat, A. (2023, 10). Integrated marketing communication of batik jambi berkah to sustain the new normal era. *Jurnal manajemen komunikasi*, 8(1), 100-116.
- Nursyadiah, I., Yuni Dharta, F., Kusumaningrum, R. (2023). Strategi komunikasi pemasaran pariwisata dalam promosi destinasi wisata taman kincir marigold garden karawang. *Jurnal ilmiah wahana pendidikan*, 9(6), 202-215. Diambil kembali dari <https://doi.org/10.5281/zenodo.7781474>
- Patton, M. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: integrating theory and practice* (4 ed.). Sage publications.
- Peter, R., & Simatupang, M. (2022, 6). Keberagaman bahasa dan budaya sebagai kekayaan bangsa indonesia. *Dialektika jurnal bahasa sastra dan budaya*, 9(1), 96-105.
- Porcu, L., Del Barrio-García, S., & Kitchen, P. (2012, 6). How integrated marketing communications (imc) works? A theoretical review and an analysis of its main drivers and effects ¿cómo funciona la comunicación integrada de marketing (cim)? Una revisión teórica y un análisis de sus antecedentes y efectos. *Communication & society*, 25(1), 313-348.
- Rahayu, A., Setiadi, T., Prodi, M., & Komunikasi, I. (2025, 2). Implementasi integrated marketing communication desa wisata ketapanrame dalam upaya menarik minat berkunjung wisatawan. *The commercium*, 9(1), 536-549.

- Rohim, S. (2025, 7). Connectivity of digital marketing communication strategy between tourism facilities and interests. *Jurnal aspikom*, 9(2), 381.
- RRI.co.id. (2025, May 31). *Pertunjukan tari kecak banyak diminati pengunjung TMII*. Radio Republik Indonesia. Diakses pada 20 Desember 2025, dari <https://rri.co.id/jakarta/wisata/1552230/pertunjukan-tari-kecak-banyak-diminati-pengunjung-tmii>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: a skill-building approach* (7 ed.). Chichester: west sussex: john wiley & sons ltd. Diambil kembali dari [www.wileypluslearningspace.com](http://www.wileypluslearningspace.com)
- Sugiyarto, S., & Amaruli, R. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal. *Jurnal administrasi bisnis*, 7(1), 45-52.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: alfabeta.
- Syaputra, S., Azis, H., & Wisudawanto, R. (2024, 9). Integrated marketing communication dalam mempromosikan wisata waduk gajah mungkur di era digital. *Tuturan: jurnal ilmu komunikasi, sosial dan humaniora*, 2(4), 212-238.
- Tmii. (2025, 7). *Tmii raih penghargaan sebagai brand terpopuler 2024*. Diambil kembali dari [https://tamanmini.com/taman\\_jelajah\\_indonesia/tmii-raih-penghargaan-sebagai-brand-terpopuler-2024/?utm\\_.com](https://tamanmini.com/taman_jelajah_indonesia/tmii-raih-penghargaan-sebagai-brand-terpopuler-2024/?utm_.com)
- Trianita, Y., & Larasati, A. D. (2021). Strategi integrated marketing communication pada objek wisata pulau padi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. *Jurnal broadcasting communication*, 3(2), 28–38.
- Un tourism. (t.thn.). *Tourism and culture*. Diambil kembali dari [https://www.untourism.int/tourism-and-culture?utm\\_.com](https://www.untourism.int/tourism-and-culture?utm_.com)

- Widyamurti, N. (2020, 6). Komunikasi pemasaran dengan konsep imc bagi desa wisata industri kerajinan rotan trangsang.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis data kualitatif: sebuah tinjauan teori & praktik di bidang pendidikan*. Deepublish.
- Wijayanti, C., Yuliatmojo, W., & Setiawan, A. (2021). Strategi integrated marketing communication (imc) taman wisata jurug di tengah pandemi covid-19. *Jurnal ilmu komunikasi*, 2(1), 48-57. Diambil kembali dari <https://massive.respati.ac.id>
- Wijayanti, C., Yuliatmojo, W., & Setiawan, A. (2022). Strategi integrated marketing communication (imc) taman wisata jurug di tengah pandemi covid-19. *Jurnal ilmu komunikasi*, 2(1), 48. Diambil kembali dari <https://massive.respati.ac.id>
- Wono, H., Deny, I., & Aji, K. (2020). Preferensi komunikasi pemasaran terpadu perguruan tinggi di surabaya pada era posmoderen. *Jurnal magister ilmu komunikasi*, 6(2), 171-186. Diambil kembali dari <http://journal.ubm.ac.id/>
- Zivanut, A., & Baruca, P. (2025). Social media marketing strategy in the tourism industry: a systematic literature review. *Tourism planning & development*, 1-34.