

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN REVISIT INTENTION DI MUSEUM SANDI YOGYAKARTA

*Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata Program Studi Industri Pariwisata*



Oleh

Nama: Aniska Faradila Putri Haris

NIM: 2101614

**PROGRAM STUDI S1 INDUSTRI PARIWISATA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
2025**

LEMBAR HAK CIPTA

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN *REVISIT INTENTION* DI MUSEUM SANDI YOGYAKARTA

Oleh
Aniska Faradila Putri Haris

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Prodi Industri Pariwisata Kampus Daerah Sumedang

© Aniska Faradila Putri Haris 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Aniska Faradila Putri Haris

2101614

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN *REVISIT INTENTION* DI MUSEUM SANDI YOGYAKARTA

Skripsi Penelitian ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing 1


Rifqi Asy'ari, S.Par., M.Par
NIP. 199512262024061002

Pembimbing 2


Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd.
NIP. 920200419870218101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Industri Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia

Kampus Daerah Sumedang



Dr. Irena Novarlia, S.Pd., M.Pd., M.M
NIP.198211232006042009

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN *REVISIT INTENTION* DI MUSEUM SANDI YOGYAKARTA” seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dengan seluruh materi atau pendapat dari referensi lain yang telah dikutip dengan kaidah yang berlaku dan tidak ada hasil plagiat dari karya tulis orang lain. Atas pernyataan ini, saya bersedia menerima hasil sanksi yang berlaku apabila di kemudia hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran terhadap karya tulis saya. Demikian pernyataan ini saya buat.

Sumedang, Mei 2025



Aniska Faradila Putri Haris
NIM. 2101614

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi promosi yang dijalankan oleh Museum Sandi Yogyakarta dalam upaya meningkatkan niat kunjungan ulang (*revisit intention*) pengunjung. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, studi dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan kerangka SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi museum telah menyentuh berbagai media, khususnya media sosial, namun efektivitasnya dinilai masih terbatas karena rendahnya keterlibatan digital dan inkonsistensi penyampaian pesan. Museum Sandi berada pada posisi strategis Kuadran I dalam analisis SWOT yang menunjukkan peluang besar untuk memanfaatkan kekuatan internal guna merespons dinamika eksternal. Salah satu bentuk strategi promosi yang memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan *revisit intention* adalah penyelenggaraan event khusus yang terbukti mampu memperkuat keterikatan emosional pengunjung terhadap pengalaman kunjungan. Temuan ini menunjukkan pentingnya promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman yang partisipatif dan berkesan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, *Revisit Intention*, Analisis SWOT, Museum

ABSTRACT

This study aims to examine the promotional strategies implemented by Museum Sandi Yogyakarta to increase visitors' revisit intention. Employing a descriptive qualitative approach, data were collected through interviews, observations, and document analysis, and then analyzed using the SWOT framework. The findings indicate that the museum's promotional strategies have utilized various media platforms, particularly social media; however, their effectiveness remains limited due to low digital engagement and inconsistent message delivery. Based on the SWOT analysis, Museum Sandi is positioned in Quadrant I, indicating a strategic opportunity to leverage internal strengths in responding to external challenges. One promotional strategy that significantly enhances revisit intention is the organization of special events, which have proven effective in strengthening visitors' emotional attachment to their experiences. These findings highlight the importance of promotional efforts that are not only informative but also capable of creating participatory and memorable experiences.

Keywords: Promotion Strategy, Revisit Intention, SWOT Analysis, Museum

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Industri Pariwisata	8
2.1.2 Pemasaran Pariwisata	9
2.1.3 Strategi Promosi.....	10
2.1.4 Minat Kunjungan Kembali (<i>Revisit Intention</i>)	14
2.1.5 Analisis SWOT	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Informan	23
3.3 Lokasi Penelitian	26
3.4 Pengumpulan Data.....	26

3.4.1 Observasi	26
3.4.2 Wawancara.....	29
3.4.3 Dokumentasi	31
3.4.4 Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum	42
4.1.1 Profil Museum Sandi Yogyakarta.....	42
4.1.2 Visi dan Misi Museum Sandi Yogyakarta.....	46
4.1.3 Struktur Organisasi	47
4.2 Analisis Strategi Promosi Museum Sandi	48
4.2.1 Analisis Pemanfaatan Media Sosial Museum Sandi.....	52
4.2.2 Analisis Event di Museum Sandi.....	58
4.2.3 Pendekatan SWOT.....	64
4.3 Analisis Strategi Promosi Terhadap <i>Revisit Intention</i>	66
4.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Revisit Intention</i> Museum Sandi ..	66
4.3.2 Hubungan Strategi Promosi Museum Sandi Terhadap <i>Revisit Intention</i>	71
4.4 Analisis SWOT.....	73
4.4.1 Analisis Matriks EFAS & IFAS	73
4.4.2 Matriks SWOT dan Penentuan Strategi.....	77
4.5 Strategi Promosi Dalam Meningkatkan <i>Revisit Intention</i> di Museum Sandi	78
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN.....	xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Tahunan Museum Sandi	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....	24
Tabel 3. 2 Kombinasi Strategi Matriks SWOT	37
Tabel 3. 3 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	38
Tabel 3. 4 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)	40
Tabel 4. 1 Tabel Matriks SWOT	64
Tabel 4. 2 Hasil Matriks IFAS Museum Sandi	74
Tabel 4. 3 Hasil Matriks EFAS Museum Sandi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Kuadran SWOT	16
Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pikiran.....	21
Gambar 3. 1 Urutan pengumpulan data informan (Heryana, 2020)	23
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Museum Sandi	47
Gambar 4. 2 Materi Konten Museum Sandi	53
Gambar 4. 3 Data Insight Instagram Tahunan	54
Gambar 4. 4 Penyelenggaraan Codephoria.....	59
Gambar 4. 5 Penyelenggaraan Museum Moves.....	59
Gambar 4. 6 Kegiatan Detektif Cilik	60
Gambar 4. 7 Dokumentasi CodeHunter	60
Gambar 4. 8 Kuadran SWOT	77

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F. (2023). Peran Inovasi Dalam Meningkatkan Kinerja Industri Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(03), 150–157. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i03.244>
- Addis, M., Copat, V., & Martorana, C. (2024). Museum experience and its impact on visitor reactions. *Journal of Philanthropy and Marketing*. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1826>
- Agama, P., Di, I., & Medan, M. A. N. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147–153. <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>
- Airawati, M. N., Fauzi, I., & Putranto, A. (2023). Potensi Penerapan Ekonomi Biru Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Wilayah Pesisir Daerah Istimewa Yogyakarta. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 9(2), 133. <https://doi.org/10.15578/marina.v9i2.12723>
- Amelia, Aryanti, D., Rohmah, H., & Qalban, A. A. (2024). Efektivitas strategi humas di museum benteng vredeburg yogyakarta dengan analisis model atr. *Communique*, 6(2).
- Andini, D. A., & Nugraha, R. N. (2023). Kawasan Pecinan Glodok Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 565–578. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.61464>
- Andrianto, M. S., & Masruroh, A. D. (2020). Pengaruh Bauran Promosi dan Destinasi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Taman Nasional Baluran. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 11(2), 71–82. <https://doi.org/10.29244/jmo.v11i2.30650>

- Arsyad, A., & Sabar, M. (2021). *Revisit Intention to The Museum Bank Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.28-9-2020.2307418>
- Benyamin, P., Maryani, E., & Octavianti, M. (2021). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. *Communication*, 12(2), 108. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1505>
- Bondarenko, V. M., & Vyshnivska, B. (2023). Promotional Marketing as a Method of Increasing Sales. *Three Seas Economic Journal*, 4(2), 21–28. <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2023-2-3>
- BPS Indonesia. (2021). BPS Indonesia 2021. *Statistik Indonesia 2020*.
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- COMMED, J., Rachmayanti, M., & Rina, N. (2018). Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus Pada Pariwisata Kabupaten Purwakarta). *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 1–17. <https://doi.org/10.33884/commed.v2i2.467>
- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsi, Y., Wiratmo, P. A., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A., Shoffa, S., & Baali, Y. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. In *Humanika*. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Feisrami, T., & Yunus, E. N. (2023). *The Implementation of Industry 4.0 in Indonesian Museums*. 174–204. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-076-3_13
- Fitria Nurhalizah, D., & Harrie Supriatna Harahap, N. (2024). Analisis Strategi Bisnis Pada Denis Catering. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 995–1004.

<https://doi.org/10.25105/jet.v4i1.19654>

- Gorgadze, A., Sinitsyna, A., Trabskaya, J., & Bala, T. (2021). The impact of new affective components on museum visitor retention: the context of major city event using SEM and CTree. *International Journal of Event and Festival Management*. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-11-2020-0071>
- GÜÇER, E., & ÇAKMAKOĞLU ARICI, N. (2018). The Antecedents of Revisit Intention in Medical Businesses. *Journal of Business Research - Turk*. <https://doi.org/10.20491/isarder.2018.453>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*.
- Hasanudin, Rahmawati, E. D., & Suyatno, A. (2023). Strategi Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Toko Redjo AC Sukoharjo. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(3), 257–270.
- Heryana, A. (2020). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Universitas Esa Unggul, December*, 1–14.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian* (pp. 241–264).
- Imam Zakira, & Hijriyantomi Suyuthie. (2024). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Banto Royo Kecamatan Tilatang Kamang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 101–113. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2692>
- Jane Grace Poluan, Silvya Levina Mandey, J. D. D. M. (2022). *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi (jmmbi unsrat) analisis digital marketing terhadap revisit intention pada objek wisata di kota tomohon sulawesi utara*. 9(2), 723–741.
- Jannah, N. J. A. B., Nasution, A. I. L., & Syakir, A. (2024). Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Industri Pariwisata. *Media Ekonomi*, 31(2), 241–

254. <https://doi.org/10.25105/me.v31i2.18522>

Laurensa, L., & Fuadi, S. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA (Studi Kasus pada Usaha Jasa Pembuatan Pakaian Dunia Di Tangan di Kecamatan Metro Selatan). *SNPPM (Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2001, 43–46.

Maximianus agus prayudi, N. (2023). Penerapan Kode Etik Pariwisata Pada Desa Wisata Di Yogyakarta Untuk Mencapai Sustainable Development Goals. *Edutourism Journal of Tourism Research*, 5(01), 16–26. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v5i01.405>

Nahriah Tejawulan, G. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus GoJek). *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 6(2), 94–110. <https://doi.org/10.33476/j.e.b.a.v6i2.2174>

Nasir, M. A., & Syahnur, M. H. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Berwisata Di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Di Kota Makassar. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 19(1), 27–36. <https://doi.org/10.37476/akmen.v19i1.2085>

Nurislaminingsih, R., & Heriyanto. (2024). *Riset Kualitatif untuk Pemula Teknik Analisis Data*.

Nursyamsi. (1967). Sistem Pengelolaan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah Pada Baznas Kab. Pinrang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., *Mi*, 5–24.

Nuttavuthisit, K. (2019). Qualitative Consumer and Marketing Research: The Asian Perspectives and Practices. In *Qualitative Consumer and Marketing Research: The Asian Perspectives and Practices*. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-6142-5>

Pengantar, K. (n.d.). *427781_42_Lakip-2021-Musnas*.

- Pesona, P. S., Destinasi, C., & Promosi, D. A. N. (2024). *Pengaruh sapta pesona, citra destinasi dan promosi terhadap niat berkunjung kembali pada wisata beejay bakau resort kota probolinggo*. 12(2), 146–161.
- Prastiani, N., & Pratiwi, R. Z. (2020). Promosi dan pemasaran pariwisata objek wisata Tirta Sinongko dalam upaya menarik wisatawan. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.21311>
- Putri, A. D., Prabawani, B., & Widayanto, W. (2023). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Revisit Intention melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Coffee Shop Pijar: Studi pada Coffee Shop Pijar di Tembalang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 70–80. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.36949>
- RACO, J. R. (2010). Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January).
- Ramdhani, R., Winoto, Y., & Rodiah, S. (2023). Strategi promosi museum nasional melalui media sosial youtube dalam menarik minat pengunjung. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(4), 251–260. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/article/view/812>
- Rian Amdhani, Eka Erma Wati, & Kelik Purwanto. (2022). Analisis Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Beat Oleh Mahasiswa Undhari. *Manajemen Dewantara*, 6(3), 281–291. <https://doi.org/10.26460/md.v6i3.13191>
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (n.d.). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title (Issue 112).
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.

- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Simorangkir, R., & Alfianto, A. (2024). *TUGAS BESAR 1 STATISTIKA Cara Mengumpulkan, Mengolah, dan Menyajikan Data (Distribusi Frekuensi, Penyajian Data Dengan Grafik, Penyajian Data Dengan MS Excel) [Kelompok 2 - B 302 - 10.15]*.
- Sinaga, A. H., Situmorang, S. H., & ... (2024). Memorable Tourism Experiences in Tourism: A Literature Review. *Jurnal Akutansi ...*, 4(2), 148–157. <https://journal.fkpt.org/index.php/JAMEK/article/view/1333%0Ahttps://journal.fkpt.org/index.php/JAMEK/article/download/1333/620>
- Strydom, A. J., Mangope, D., & Henama, U. S. (2019). Geojournal of Tourism and Geosites. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 24, 1–287. <http://gtg.webhost.uoradea.ro/>
- Subroto, D., & Hananto, A. (2020). *The Influence of Experiential Quality, Excitement, Museum Image, and Experiential Satisfaction toward Revisit Intention (The Empirical Study at Modern and Contemporary Art Museum in Jakarta)*. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301091>
- Suparna, G., & Riana, I. G. (2022). DETERMINAN REVISIT INTENTION PENGUNJUNG MUSEUM DALAM PERSPEKTIF EXPERIENTIAL MARKETING. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.4768>
- Sutrisno, E., & Adhila, F. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Operasional Hotel Di the Atrium Hotel and Resort Yogyakarta. *Media Wisata*, 19(2), 206–216. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.144>
- Sutrisno, S., Lestari, M., & Agus, I. (2023). Perancangan Sistem Informasi Dalam Rangka Strategi Pemasaran Digital Dengan Pendekatan Marketing Mix's. *Informatika Mulawarman Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 18(1), 16.

<https://doi.org/10.30872/jim.v18i1.8890>

- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 124–134.
- Tresyanto, C. A., Ayu, S. A., Pangalila, A. F., Ekonomi, F., Katolik, U., Cendika, D., Artikel, I., Pemasaran, S., Museum, W., Surabaya, K., & Education, J. (2024). *MENINGKATKAN REVISIT INTENTION PADA WISATA MUSEUM*. 12(3), 209–213.
- Trivinita, M., & Sarpin, S. (2023). *Grand Desain Kebijakan Pengembangan Parawisata Lokal: Studi Terhadap Pengembangan Parawisata Di Bangka Selatan*. 2(2), 55–68. <https://doi.org/10.61183/polikrasi.v2i2.16>
- USMAN, A., Hidayat, M., & Daud, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Empiris Pada Obyek Wisata Bantimurung Kabupaten Maros). *Nobel Management Review*, 3(3), 527–541. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i3.3289>
- Wibawa Lafaila, Amalia Aisyah, Ramadoni Adam Alfino, Huda Khoirul Muhammad, Alimi Fakhruddin, & Larassaty Ayu Lucy. (2022). Jalur Nugraha Ekakurir Counter Agen Park Royal Siduarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 19–24.
- Wijaya, S. H. B., Primasari, I., Tiyanto, D., Sulihyantoro, A. B., Anshori, M. A. A., Surwati, C. H. D., Prabowo, H. H. S., Suranto, J., Yudiningrum, F. R., & Candra, D. T. (2021). Literasi Pengelolaan Desa Wisata Melalui Media Digital Sebagai Komunikasi Pemasaran Era Pandemi Covid-19 Di Desa Wisata Tanjung, Kecamatan Juwiring, Kabupaten Klaten. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (Pkm-Csr)*, 4, 1157–1164. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1260>

- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21228>
- Zhou, Q., Yong-jian, P. U., & Su, C. (2022). The Mediating Roles of Memorable Tourism Experiences and Destination Image in the Correlation Between Cultural Heritage Rejuvenation Experience Quality and Revisiting Intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(6), 1313–1329. <https://doi.org/10.1108/apjml-11-2021-0829>