

Daftar Pustaka

Buku

Bugin, Burhan. 2015. Komunikasi Pariwisata. Jakarta: Prenadamedia Group.

Cravens, David W. 1998. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.

Fiati, Rina. 2005. Akses Internet Via Ponsel. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Komputer, Wahana 2003. Teknik Menjadikan Situs Web Anda Profesional. Yogyakarta: Penerbit Andi.

M, A, Morris. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kharisma Putra Utama

Meleong, Lexy J. 1994. Metodology Penelitian Kulitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya

Mulyana, Dedy. 2003. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya

Philip Kotler, Amstrong, 2008. Dasar- dasar pemasaran, jilid 1, Prentice Hall, New Jersey, 2009

Romli, Asep Syamsul M. 2018. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* Edisi Kedua, Bandung: Nuansa Cindikia.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008),

Swastha, Basu. 2002. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty

JURNAL

Anwar, Sariyun Naja. 2005. Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi Tujuan Wisata. Semarang: Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Vol.10 No.1 Januari 2005 Hal.32-33

Arifin, Rita Wahyuni 2015. Peran Facebook Sebagai Media Promosi dalam Mengembangkan Industri Kreatif. Bekasi Barat: Jurnal ICT BINA INSANI Vol.2 No.2 Oktober 2015 Hal. 121 -122

Dewi, Shanti Kusuma & Annisa Kesya Garside. 2014. Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Pada Home Industry Abon. Malang: Jurnal Teknik Industri Vol.15 No. 24 Th.2014 Hal 172 – 173

Indika R daru & Cindy Jovita. 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. Bandung: Jurnal Bisnis Terapan Vol. 1 No. 1 Juni 2017 Hal. 26

Jamaludin, Arifin, dan Hidayat. 2015. Pengaruh promosi *online* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No. 1:3

Kurniawati, Wendi Dwi N. 2016. Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. Surakarta: Jurnal Komuniti Vol.8 No.2 September 2016 Hal. 129-130

Nuswantoro, Aloysius Ranggabumi 2014. Konservasi Media : Memori Kultural Pada Media Lama. Jurnal Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Vol.11 No. 2 Desember 2014. Hal. 133

Riyanto, Andi Dwi, 2015. Pembuatan Website Sebagai Media Promosi yang Terpercaya. Yogyakarta: Seminar Nasional Informatika UPN “Veteran” Yogyakarta. 14 November 2015 hal 28 & 34.

Sari, Maharani. Mutiara. 2018 Efektivitas Facebook dalam Menyebarkan Informasi Pada Komunitas Solo Last Friday Ride (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Facebook Pada Komunitas Solo Last Friday Ride). Surakarta: Jurnal Komunitas

Tampubolon, Mikharisti dkk. 2016. Strategi Promosi Choffieshop melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology). Bandung: e- Proceeding Management Vol.3 No.2 Agustus 2016 Hal. 2428-2429

Triningsih SL. 2011. Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. Surakarta: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 11 No. 2, Oktober 2011 Hal. 137

Ulfa, Maria. 2018. Efektivitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan kamar Batiqa Hotel Pekanbaru. Riau: Jurnal JOM FISIP Vol.5 No.1 April 2018 Hal. 3 & 5.

Utami, Agustin Dyah & Bambang Eka.2012. Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Di Batik Solo 85). Surakarta: Jurnal Seruni FTI UNSA Vol.1 th 2012 Hal.3

Internet

<http://lifestyle.liputan6.com/read/3191689/5-kota-destinasi-wisata-yang-paling-banyak-dicari-sepanjang-2017> diakses pada 4 September 2018

<http://wisatabaru.com/lokasi-dan-rute-tebing-gunung-gajah-hargotirto-kulonprogo/> diakses pada 17 September 2108

<https://pesonapulepayung.com/info/detail/lokasi-dan-rute-bukit-pule-payung-wisata-paling-ngehits-saat-ini> diakses pada 4 September 2018

<https://web.facebook.com/pulepayungjogja/> diakses pada 4 september 2018

<https://www.idntimes.com/travel/destination/pinka-wima-1/wisata-kulon-progo-yang-lagi-naik-daun-lengkap-dengan-panduannya-c1c2/full> diakses pada 18 September 2018

<https://www.instagram.com/pulepayung/?hl=id> diakses pada 4 September 2018

Interview Guide I

Subjek wawancara adalah pengelola Bukit Wisata Pule Payung

1. Sejarah berdirinya Bukit Wisata Pule Payung ?
2. Perbedaan Bukit Wisata Pule Payung dengan Objek wisata alam lain di Kulon Progo ?
3. Bagaimana Promosi Bukit Wisata Pule Payung yang ada di facebook ?
4. Kenapa memilih facebook sebagai media promosi
5. Fitur facebook apa yang paling sering digunakan untuk mempromosikan wisata ? dan kenapa ?
6. Seberapa sering mengupdate materi promosi di facebook ?
7. Bagaimana Bukit Wisata Pule Payung Membangun Instagram hingga bisa menarik minat pengunjung ?
8. Hastag apa saja yang digunakan Bukit Wisata Pule Payung ?
9. Melalui media instagram, apa yang ingin disampaikan ke pengunjung ?
10. Bagaimana komentar ataupun review pengunjung melalui instagram setelah berkunjung di Bukit Wisata Pule Payung ?
11. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk website Pule Payung ?
12. Informasi apa saja yang ada di website Bukit Wisata Pule Payung ?
13. Fitur apa saja yang didapat oleh pengunjung di website Bukit Wisata Pule Payung?
14. Bagaimana anda mendapatkan followers di Instagram dan Like di Fanspage facebook pule payung ?
15. Bagaimana kriteria admin media sosial (Facebook, Instagram, Website) Bukit Wisata Pule Payung ?

16. Apakah Admin media sosial Bukit Wisata Pule Payung bekerja 24 jam untuk melayani interaksi dengan calon pengunjung ?

Interview Guide II

Subjek wawancara adalah pengunjung Bukit Wisata Pule Payung

1. Darimanakah anda tahu tentang Bukit Wisata Pule Payung ?
2. Kapan anda mengakses media sosial dan tertarik untuk berkunjung ke Bukit Wisata Pule Payung
3. Apakah Media Sosial Bukit Wisata Pule Payung adalah alasan anda tertarik untuk berkunjung ?
4. Jika iya kenapa ?
5. Media sosial Bukit Wisata Pule Payung manakah yang menurut anda kurang efektif ?
6. Bagaimana informasi yang diberikan Bukit Wisata Pule Payung di Media sosial ?
7. Apakah anda akan memberikan pendapat anda tentang Bukit Wisata Pule Payung di media sosial ?
8. Apakah yang ditawarkan di media sosial sesuai dengan apa yang ada di Bukit Wisata Pule Payung ?
9. Mengapa anda memilih berkunjung ke Bukit Wisata Pule Payung ?
10. Apakah anda menfollow instagram dan Like Fanspage Bukit Wisata Pule Payung ?
11. Jika Iya Kenapa ?