

## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Mass Communication Theory - Foundations, Ferment, and Future* (6th Edition). Wadsworth.
- Barus, S. W. (2010). *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Erlangga.
- BPS Kabupaten Ponorogo. (2021). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Ponorogo Tahun 2020*. <https://ponorogokab.bps.go.id/>
- BPS Kabupaten Ponorogo. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Ponorogo Tahun 2021*. <https://ponorogokab.bps.go.id/>
- BPS Kabupaten Ponorogo. (2023a). *Kabupaten Ponorogo dalam Angka 2023*. <https://ponorogokab.bps.go.id/>
- BPS Kabupaten Ponorogo. (2023b). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Ponorogo Tahun 2022*. <https://ponorogokab.bps.go.id/>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th Edition). SAGE Publications.
- Dewi, N. L. P. D. P., & Putranta, M. P. (2016). *Hubungan Sikap Kewirausahaan dengan Niat Kewirausahaan pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik. (2020). *Profil Statistik Pariwisata Kabupaten Ponorogo Tahun 2020*. [ponorogo.go.id](http://ponorogo.go.id)
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Prenadamedia Group.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look At Communication Theory* (10th Edition). McGraw-Hill.
- Jeong, Y., & Kim, S. (2019). Exploring a suitable model of destination image: The case of a small-scale recurring sporting event. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(5), 1287–1307. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0441>
- Kartika, D. G., & Rahmanita, M. (2017). Analisis Komponen Produk Wisata di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 22(3), 122–131. <https://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1163>

- Kavaratzis, M., Warnaby, G., & Ashworth, G. J. (2015). *Rethinking Place Branding: Comprehensive Brand Development for Cities and Regions*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-12424-7>
- Kementerian Kesehatan. (2022). *Kasus Aktif COVID-19 Terus Turun Diikuti Penurunan Kasus Konfirmasi Harian*. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20220310/4139508/kasus-aktif-covid-19-terus-turun-diikuti-penurunan-kasus-konfirmasi-harian/>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata. *JDIH BPK RI*, 1–8. [peraturan.bpk.go.id/Home/Details/248521/permenpar-no-3-tahun-2022](http://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/248521/permenpar-no-3-tahun-2022)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition). Prentice Hall.
- Krippendorff, Klaus. (2004). *Content analysis : an introduction to its methodology* (2nd Edition). SAGE Publications.
- Laba, I. N. (2018). A Content Analysis of Media Information Exposure on Tourism Destination Image. *JBHOST*, 04(1), 80–88. <https://jbhost.org/jbhost/index.php/jbhost/article/view/114>
- Lestari, R. D., Mahardika, R. Y., & Nugraha, V. (2020). Pembinaan Literasi untuk Menangkal Berita Provokatif. *Abdimas Siliwangi*, 03(02), 288–299. <https://doi.org/10.22460/as.v3i2p%25p.3595>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (8th edition). Waveland Press.
- Machmudi, I. (2022). *Keputusan Reog Ponorogo Jadi Warisan Budaya Tak Benda Dunia Menunggu Sidang Unesco*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/485407/keputusan-reog-ponorogo-jadi-warisan-budaya-tak-benda-dunia-menunggu-sidang-unesco>
- Marine-Roig. (2019). Destination Image Analytics through Traveller-Generated Content. *Sustainability*, 11(12), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su11123392>
- McQuail, Denis. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th Edition). Sage Publications.
- Nalendra, A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M., & Zede, V. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Media Sains Indonesia.

- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2020). Pemanfaatan Pemberitaan di Media Televisi dalam Promosi Potensi Objek Wisata di Era Konvergensi Media. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(2), 123–138. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/download/2146/1426/12061>
- Richad, A. (2022). *Indonesia Berupaya Reog Ponorogo Diakui UNESCO*. <https://www.tvrinews.com/berita/t3rvumz-indonesia-berupaya-reog-ponorogo-diakui-unesco>
- Rosari, R. B., Vidyarini, T. N., & Monica, V. (2020). Studi Komparasi: Analisis Isi City Branding pada Akun Instagram @surabaya, @humasbdg, dan @semarangpemkot. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2), 1–10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11054>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A., Wardhana, A., Nugraha, K., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Suherlan, H., & Hidayah, N. (2021). Destination Image Dimension: A Descriptive Analysis of Foreign Visitors At Borobudur, Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 9(2), 117–127. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2021.009.02.04>
- Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Rajawali Pers.
- Zhang, Y., & Jing, Y. (2023). Research on the Effectiveness of Network Agenda Setting of Tourism Destination Image Dissemination: Take Ganzi as an Example. *Business, Economics and Management MSIED*, 8, 440. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54097/hbem.v8i.7243>