

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA IGIRMRANAK
DALAM MENGEMBANGKAN *BRAND IMAGE* DESA WISATA
PERMAKULTUR PADA MASA NORMAL BARU**

SKRIPSI



Oleh

Damasta Satria Wibawa

NIM. 153160071

Diajukan

Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

2020