

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Rizky Maya, 2012. Strategi Promosi *Batik Gunawan Setiawan* (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Strategi Promosi *Batik Gunawan Setiawan* dalam Menarik Minat Konsumen untuk Mendukung Penjualan dalam Rangka Melestarikan Batik). Jurnal Publikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Cangara, Hafied.2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chandra, Gregorius.2002.*Strategi dan Program Pemasaran*.Andi:Yogyakarta
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.1991.*Kamus Besar Bahasa Indonesia*.Balai Pustaka:Jakarta
- Dinas Perindustrian dan perdagangan DIY, 2016
- Dorobantu, M., & Nistoreanu, P., 2012, "Rural Tourism and Ecotourism-the Main Priorities in Sustainable Development Orientations of Rural Local Communities in Romania", dalam Nazovah Ummudiyah, JURNAL.2014 Analisis Dampak Ekonomi Desa Wisata Wukirsari Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Irawah.1996.*Pemasaran, Prinsip, dan Penerapan Edisi 2*.PT BPFE:Yogyakarta
- Ismayati.2010.*Pengantar Pariwisata*.PT Gramedia Widiasarana Indonesia:Jakarta

- Kartajaya Hermawan. (2005). *Attracting Tourists Taraders Investors. Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kennedy, John E.2006.*Marketing Communication, Taktik dan Strategi*.Bhuana Ilmu Popular:Jakarta
- Kotler, Philip and Gary Amstrong.2001.*Principles of Marketing*. Prentice Hall:New Jersey
- Kotler, Philip.2002.*Manajemen Pemasaran Jasa:Teori dan Praktik*.Salemba:Jakarta
- Kotler, Philip.2003.*Marketing Insights From A to Z, 80 Konsep yang Harus dipahami oleh Setiap Manajer*.Erlangga:Jakarta
- Lupiyadi, Rambat. 2001.*Manajemen Pemasaran Jasa Teori & Praktik*.Salemba:Jakarta
- McCabe, Scott.2009.*Marketing Communication in Tourism and Hospitality: Concept, Strategis and Case*.Lambert Academic Publishing:Amsterdam
- Miles, Matthew B. and Hubermen, A. Michael.1992. *Analisis Data Kualitatif*. UI Press:Jakarta
- Moleong, Lexy J.2000.*Metode Penelitian Kualitatif*.Remaja Rosdakarya:Bandung
- Mustabsirah, 2015, *Strategi Pengembangan Desa Wisata Studi kasus di Desa Wisata Candran*, Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Nazir, Mohammad.2005.*Metode Penelitian*.Ghalia Indonesia:Bogor

- Permas, Acshan,dkk.2003.*Manajemen Organisasi Pertunjukan*.PPM:Jakarta
- Pitana, I Gede dan Diarta, I Ketut Surya.2009.*Pengantar Ilmu Pariwisata*.  
Penerbit Andi:Yogyakarta
- Rakhmat, Jalaludin. 2001.*Metode Penelitian Komunikasi*.Remaja Rosdakarya:  
Bandung
- Shimp, Terence A.1999. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi  
Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Soemanagara, Rd. (2006). *Strategic Marketing Communication*. Bandung:  
Alfabeta
- Soemanagara.2006. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan  
Terapan*.Penerbit Alfabeta:Bandung
- Soewantoro, Gamal.1997.*Dasar-Dasar Pariwisata*.Andy:Yogyakarta
- Sutisna.2003.*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja  
Rosdakarya:Bandung
- Utama, I. G., 2014, *Pengantar Industri Pariwisata*, Deepublish, Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A.1996.*Pemasaran Pariwisata*.Angkasa:Bandung
- Yoeti, Oka A.2001.*Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*.PT  
Pradnya Paramita: Jakarta

### **Internet**

- Ari Chrisnayani, (2008) tentang Integrated Marketing Communication  
(Komunikasi Pemasaran Terpadu) Kampung Batik Laweyan Surakarta (studi  
deskriptif kualitatif penerapan IMC kasus di Kampoeng Batik Laweyan

Surakarta oleh Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan).

Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

<http://www.wukirsari.com>

[http://www.njogja.co.id/bantul/desa wisata wukirsari bantul desa wisata terbaik](http://www.njogja.co.id/bantul/desa_wisata_wukirsari_bantul_desa_wisata_terbaik)  
2014.

Kementrian Pariwisata Republik Indonesia, laporan Kinerja Pariwisata 2014,

<http://www.kemenpar.go.id>, diakses tanggal 15 Februari 2017 pk 09:30 WIB.

[Www.kampoenggiriloyo.com](http://www.kampoenggiriloyo.com)

[kec-imogiri.bantulkab.go.id/desa/wukirsari](http://kec-imogiri.bantulkab.go.id/desa/wukirsari), 2016

## INTERVIEW GUIDE

### A. Pengelola Desa Wisata Batik Giriloyo Desa Wukirsari Imogiri Bantul

1. Kapan dan bagaimana proses sejarah berdirinya Desa Wisata Wukirsari Imogiri ?
2. Apakah visi dan misi Desa Wisata Wukirsari Imogiri ?
3. Apa terhadap Logo dari Desa Wisata Wukirsari Imogiri dan apa maknanya ?
4. Apa terdapat slogan Desa Wisata Wukirsari Imogiri dan apa maknanya?
5. Konsep seperti apakah yang ditawarkan Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
6. Bagaimana struktur organisasi dalam pengelolaan Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
7. Bagaimana job description masing-masing dalam struktur organisasi pengelola Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
8. Apa yang menjadi keunggulan dan kelemahan Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
9. Apa yang menjadi pendukung dan penghambat berkembangnya Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
10. Indikator keberhasilan dari Desa Wisata Wukirsari Imogiri apa saja?
11. Apa tujuan awal terbentuknya atau didirikannya Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
12. Bagaimana proses awal terbentuknya sebuah strategi untuk mengembangkan Desa Wisata Wukirsari Imogiri?

13. Apa strategi awal yang dibentuk di Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
14. Sampai kapan sebuah strategi akan bertahan untuk digunakan?
15. Bagaimana perkembangan strategi tersebut dari waktu ke waktu?
16. Bagaimanakah strategi komunikasi pemasaran di Desa Wisata Wukirsari Imogiri pada saat ini?
17. Apa strategi komunikasi pemasaran di Desa Wisata Wukirsari Imogiri yang digunakan saat ini?
18. Mengapa memilih strategi komunikasi pemasaran tersebut?
19. Siapa yang melakukan strategi komunikasi pemasaran?
20. Kapan Desa Wisata Wukirsari Imogiri melakukan strategi komunikasi pemasaran?
21. Apa tujuan melakukan strategi komunikasi pemasaran?
22. Siapa saja target audiens Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
23. Mengapa memilih target market tersebut?
24. Apa yang menjadi dasar Desa Wisata Wukirsari Imogiri dalam menentukan segmentasi pasar?
25. Riset-riset apa yang pernah dilakukan dalam menentukan segmentasi pasar?
26. Program apa yang dilakukan dalam strategi komunikasi pemasaran?
27. Kegiatan apa saja yang menunjang strategi komunikasi pemasaran di Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
28. Bagaimana cara memperkenalkan program-program tersebut kepada khalayak?

29. Apakah Desa Wisata Wukirsari Imogiri menggunakan iklan?
30. Melalui media apa sajakah yang digunakan untuk beriklan Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
31. Usaha apa yang dilakukan dalam meningkatkan pengunjung di Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
32. Upaya apa saja yang dilakukan dalam menghadapi pesaing?
33. Apa ada kendala dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan? Jika ada apa saja?
34. Bagaimana menentukan variable atau indikator strategi komunikasi pemasaran?
35. Bagaimana proses strategi pemasaran yang dilakukan Desa Wisata Wukirsari Imogiri?
36. Bagaimana hasil dari strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan?
37. Bagaimana posisi Desa Wisata Wukirsari Imogiri dibanding sebelum dan sesudah strategi komunikasi pemasaran dijalankan?
38. Bagaimanan jika target yang dicapai ternyata tidak sesuai dengan yang direncanakan?
39. Bagaimanan evaluasi strategi yang dilakukan?
40. Bagaimana mengukur hasil evaluasi tersebut?