

Dampak Promosi Destinasi Wisata Melalui Program Potret Radio Giri Swara Diskominfo Wonogiri, Jawa Tengah

Annisa Herlia Putri, Situ Asih, Tri Yatno

STABN Raden Wijaya Wonogiri
annisaherliaputri13@gmail.com

Article History

accepted 5/1/2026

approved 16/1/2026

published 2/2/2026

Abstract

This research is motivated by the importance of promotional strategies in the development of regional tourist destinations, especially through traditional media such as radio. The purpose of this study is to analyze the impact of the promotion of tourist destinations through the Giri Swara Radio Portrait Program of the Wonogiri Diskominfo. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews, broadcast observations, and documentation. The results of the study show that the Portrait Program plays an important role in increasing listeners' knowledge, interest, and interest in Wonogiri tourist destinations. Promotion through radio is considered effective in reaching the community, especially in areas with limited internet access, and has a positive impact on the local economic sector. The conclusion of this study confirms that local public radio is still relevant as a tourism promotion medium and has the potential to become part of the regional development communication ecosystem if managed consistently and sustainably.

Keywords: *Tourism Promotion, Local Radio, Potret Program, Regional Tourism.*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi promosi dalam pengembangan destinasi wisata daerah, khususnya melalui media tradisional seperti radio. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak promosi destinasi wisata melalui Program Potret Radio Giri Swara Diskominfo Wonogiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi siaran, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Potret berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan, minat, dan ketertarikan pendengar terhadap destinasi wisata Wonogiri. Promosi melalui radio dinilai efektif menjangkau masyarakat, terutama di wilayah dengan keterbatasan akses internet, serta memberikan dampak positif terhadap sektor ekonomi lokal. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa radio publik lokal masih relevan sebagai media promosi pariwisata dan berpotensi menjadi bagian dari ekosistem komunikasi pembangunan daerah apabila dikelola secara konsisten dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Promosi Wisata, Radio Lokal, Program Potret, Pariwisata Daerah.*



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan budaya sehingga hal tersebut dapat di manfaatkan oleh masyarakat sebagai daya tarik wisata yang dapat menarik kunjungan wisatawan (Agitasari et al., 2022). Destinasi pariwisata yang berada di seluruh pelosok Kawasan Indonesia merupakan sebuah potensi yang memiliki daya tarik kuat terhadap wisatawan yang berasal dari lokal maupun mancanegara. Tingginya daya tarik menjadi dorongan masyarakat untuk dapat mengembangkan destinasi pariwisata yang dimiliki sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung atau yang disebut usaha pariwisata (Umur et al., 2022).

Sektor pariwisata telah memantapkan dirinya sebagai salah satu pengantar ekonomi global yang paling efektif, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, pertukaran budaya dan pembangunan komunitas di berbagai belahan dunia (Wisnujati et al., 2024). Di Indonesia, industri pariwisata telah menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dan substansial, bahkan mampu melampaui laju pertumbuhan ekonomi nasional pada beberapa periode, menegaskan resiliensinya di tengah gejolak ekonomi global (Wisnujati et al., 2024). Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pesona keindahan dan sumber daya alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan nasional (Boari et al., n.d.-a). khususnya di daerah-daerah seperti di Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah yang memiliki potensi alam dan budaya yang melimpah.

Adapun terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan pada suatu destinasi wisata di Indonesia, yaitu strategi promosi dan pelayanan(Boari et al., n.d.-b). Menurut Scott McCabe dalam (Rafa'al, n.d.) keberhasilan komunikasi pemasaran tentang *positioning* pariwisata dalam konteks destinasi adalah tersampaikannya sebuah pesan “posisi” tentang sebuah destinasi pariwisata tersebut kepada calon konsumen yang tepat, dan yang benar. Media komunikasi merupakan sebuah perantara dalam menyampaikan informasi serta pesan dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan menyebarkan informasi atau pesan agar mencapai efisiensi.

Masduki (2001) menyebutkan bahwa radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, Pendidikan dan hiburan. Dalam hal mempromosikan pariwisata, radio dapat memanfaatkan secara digital maupun audio yang dilakukan oleh penyiar (Nur Khusnia et al., 2023). Radio sebagai media penyiaran memiliki unggulan dalam menjangkau masyarakat secara luas, bersifat komunikatif, serta mampu membangun kedekatan emosional dengan pendengar (McQuail's, n.d.). Radio lokal yang berada di berbagai daerah-daerah tertentu masih menjadi salah satu sumber utama masyarakat terutama bagi kelompok usia dewasa dan masyarakat pedesaan untuk mendapatkan berbagai informasi-informasi yang ada.

Komunikasi pariwisata lokal tidak sepenuhnya ditinggalkan oleh media, media tradisional seperti radio masih memegang peranan penting, meskipun era digital terus berkembang pesat. Stasiun radio lokal secara historis terlibat aktif dalam upaya promosi destinasi wisata (Amin & Priansah, 2019). Keunggulan utama radio lokal terletak pada kedekatannya dengan komunitas, memungkinkan penyampaian pesan yang lebih personal, relevan secara kontekstual, dan mudah diakses oleh audiens setempat. Meskipun memiliki batasan jangkauan, kelemahan ini dapat diatasi dengan integrasi program streaming dan platform internet yang menyediakan konten multimedia tambahan, seperti foto dan file digital, yang memperluas pengalaman pendengar (Mučalo & Šulentić, 2021). Pemerintah daerah juga memiliki peran krusial dalam diseminasi informasi terkait potensi pariwisata dan pengembangan komunikasi yang efektif (Setyanto & Winduwati, n.d.; Sulistiadi & Syarifuddin, 2024; Tri Astuti, 2020). Dinas Komunikasi dan Informatika, sebagai bagian dari struktur pemerintah daerah, seringkali menjadi garda terdepan

dalam merancang dan melaksanakan program-program komunikasi publik, termasuk yang berkaitan dengan promosi pariwisata (Tri Astuti, 2020; Yanti et al., 2023).

Kabupaten Wonogiri, yang terletak di Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi destinasi wisata yang cukup beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, hingga wisata buatan. Beberapa destinasi unggulan seperti Waduk Gajah Mungkur, Pantai Selatan Wonogiri, serta destinasi berbasis kearifan lokal yang terus dikembangkan oleh pemerintah daerah. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dikenal secara luas oleh kalangan masyarakat di luar daerah, sehingga diperlukan strategi promosi yang berkelanjutan dan efektif. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah tahun 2024 menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke Wonogiri hanya mencapai sekitar 500.000 orang per tahun, dengan pertumbuhan 15% (BPS Jateng, 2024). Kondisi nyata ini diperburuk oleh kurangnya strategi promosi yang terintegrasi, di mana masyarakat lokal di pedesaan Wonogiri masih bergantung pada media tradisional seperti radio untuk informasi harian, sementara promosi digital cenderung gagal menjangkau eudiens rural dengan penetrasi internet hanya 65% (Kementerian Kominfo, 2023).

Pemerintah daerah Wonogiri telah menunjukkan komitmen untuk mengembangkan sektor pariwisata sebagai bagian dari upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan ekonomi lokal (Kusumadewi et al., n.d.). Sebagai wujud nyata dari komitmen ini, Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Wonogiri melalui LPPL Radio Giri Swara memiliki salah satu Program Potret sebagai bentuk media promosi destinasi wisata lokal. Program Potret Radio Giri Swara, siaran promosi regular dari Diskominfo yang tayang setiap pagi dan malam melalui Radio Giri Swara 94 FM yang menjadi andalan utama. Program Potret Radio Giri Swara merupakan program yang menampilkan informasi, profil, dan potensi destinasi wisata di Kabupaten Wonogiri, program ini tidak hanya menyajikan informasi secara deskriptif, tetapi juga mengangkat nilai-nilai budaya, keunikan lokal, serta pengalaman wisata yang dapat menarik minat pendengar untuk mengunjungi destinasi wisata di Kabupaten Wonogiri. Selain itu, program ini menyajikan wawancara pengelola wisata, dan sosok inspiratif yang di berikan dan di kenal untuk pendengar radio. Salah satu tujuan program ini untuk mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Wonogiri untuk di kenalkan ke masyarakat secara lebih luas dan efektif.

Berdasarkan kondisi seperti saat ini, penelitian ini memandang penting untuk mengkaji secara mendalam dari dampak promosi destinasi wisata melalui Program Potret Radio Giri Swara Diskominfo Wonogiri. Melalui wawancara, observasi, dan analisis isi siaran, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana proses promosi yang dilakukan, bagaimana peran promosi disampaikan kepada pendengar, serta bagaimana dampaknya terhadap pendengar dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis. Dimana, secara teoritis penelitian ini dapat dijadikan kajian mengenai komunikasi pariwisata dan peran media radio dalam mempromosikan destinasi Kabupaten Wonogiri. Sedangkan secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi Diskominfo Kabupaten Wonogiri dan Lppi Radio Giri Swara dalam mengembangkan strategi promosi pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada media saluran promosi, tetapi juga dapat melihat radio sebagai bagian dari ekosistem komunikasi Pembangunan daerah khususnya Kabupaten Wonogiri. Kajian mengenai dampak promosi destinasi wisata melalui Pogram Radio Giri Swara menjadi relevan untuk menjawab tantangan promosi pariwisata lokal di Tengah dinamika media dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi wisata di Kabupaten Wonogiri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak promosi destinasi wisata melalui Program Potret Radio Giri Swara Diskominfo Kabupaten Wonogiri terhadap

peningkatan pengetahuan, minat, dan ketertarikan pendengar terhadap destinasi wisata lokal. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji peran radio public lokal sebagai media promosi pariwisata dalam mendukung komunikasi Pembangunan daerah di Kabupaten Wonogiri.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang memungkinkan penelitian untuk memperbarui informasi sehingga ilmu pengetahuan dapat berkembang, aktual, dan memberikan informasi kepada Masyarakat dan juga untuk memahami secara mendalam dampak promosi destinasi melalui Program Potret Radio Giri Swara Diskominfo Kabupaten Wonogiri. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna, persepsi, serta pengalaman subjek penelitian terkait proses dan dampak promosi yang dilakukan melalui media radio. Penelitian ini dilaksanakan pada periode awal hingga akhir bulan Desember dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara langsung kepada informan peneliti. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder, data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan pendengar radio khususnya program yang relevan. Selain itu, dilakukan observasi terhadap pelaksanaan siaran Program Potret untuk memahami pola penyampaian pesan promosi. Data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung berupa beberapa penelitian terdahulu. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Alat pengumpulan data yang digunakan antara lain pedoman wawancara dan catatan observasi, teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil dari wawancara dengan beberapa pendengar radio di Program Potret Radio Giri Sawara Diskominfo Kabupaten Wonogiri, diperoleh bahwa adanya promosi destinasi wisata melalui media radio dipersepsi memiliki peran yang penting dan berdampak positif, baik bagi masyarakat maupun pembangunan daerah. Promosi dinilai berperan penting dalam mengenalkan berbagai destinasi wisata Wonogiri kepada masyarakat luas, baik masyarakat lokal maupun luar daerah. Informan menyampaikan bahwa promosi yang efektif mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung serta mendorong mereka mengenal lebih jauh potensi wisata yang ada di Kabupaten Wonogiri. Hasil dari penelitian juga menjelaskan dari sisi dampak ekonomi menegaskan bahwa promosi wisata tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha di sekitar destinasi wisata, seperti pedagang, tetapi juga berdampak pada sektor lain, antara lain penginapan dan transportasi. Keberadaan adanya angkutan kota, Bus Trans Jateng, serta adanya moda transportasi lainnya yang turut merasakan dampak positif dari meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Wonogiri melalui sektor pariwisata.



Gambar 1. Wawancara ke Pendengar Program Potret

Sumber: Dokumentasi Penulis

Terkait dengan adanya peran radio di era digital, informan menyadari bahwa radio saat ini bukan lagi media utama bagi sebagian masyarakat. Meskipun demikian, radio tetap akan dipandang memiliki peran strategis sebagai media alternatif promosi wisata. Salah satu keunggulan radio adalah aksesibilitas yang mampu menjangkau wilayah pelosok yang belum sepenuhnya terjangkau oleh sinyal dan internet. Selain itu, radio juga memiliki segmen pendengar yang setia dan berbeda dengan pengguna media social, sehingga pesan promosi yang disampaikan dapat menjangkau kelompok audiens tertentu secara lebih efektif. Informan yang didapat juga mampu mengungkapkan bahwa penyampaian informasi melalui radio dinilai lebih jelas dan menggunakan bahasa yang mampu dipahami oleh semua khalayak dibandingkan media sosial. Radio dapat didengarkan dengan melakukan aktivitas lain, sehingga lebih fleksibel dalam konsumsi media. Meskipun begitu, radio juga memiliki kelemahan dalam aspek visual jika dibandingkan dengan media sosial lainnya dimana informan menilai bahwa radio tetap efektif dan seharusnya mampu bersaing secara sehat dengan media digital.

Terkait Program Potret, informan juga menilai program ini sebagai bentuk inovasi yang baik dalam mempromosikan wisata di Kabupaten Wonogiri. Program Potret dinilai mampu menyajikan informasi wisata secara lebih komprehensif karena surasi siaran yang lebih panjang lagi dibandingkan dengan konten media social lainnya yang cenderung singkat. Informasi yang disampaikan meliputi keunikan sebuah destinasi, potensi alam, serta daya tarik wisata yang disediakan, khususnya wisata Pantai dan juga wisata alam di Kabupaten Wonogiri. Dari aspek dampak, pendengar merasa wawasannya bertambah setelah adanya pendengar Program Potret. Informasi yang diperoleh dianggap membantu dan memicu keterkaitan untuk mengunjungi destinasi wisata yang disiarkan. Informan juga mengaku telah mendengarkan program tersebut selama kurang lebih satu tahun secara rutin mengikuti siarannya, yang menunjukkan adanya loyalitas pendengar terhadap program promosi wisata ini.



Gambar 2. Wawancara ke Pendengar Program Potret

Sumber: Dokumentasi Penulis

Dalam hal kelebihan serta kekurangan dari program ini, informan menyatakan bahwa Program Potret tidak memiliki kekurangan yang signifikan. Variasi penyampaian materi pada setiap episode dinilai sebagai kelebihan karena mampu menghindari kebosanan pendengar. Terkait preferensi media, informan cenderung menyesuaikan penggunaan radio dan media sosial dengan situasi dan kondisi, di mana radio didengarkan sambil beraktivitas, sedangkan media sosial digunakan pada waktu luang. Serta harapan ke depan yang disampaikan informan adalah agar promosi wisata di Kabupaten Wonogiri terus dilakukan secara konsisten dan lebih masif lagi. Selain objek wisata yang sudah dikenal, informan berharap promosi dapat difokuskan pada objek yang belum banyak terekspos, diantaranya seperti wilayah Bulukerto dan Girimarto. Selain itu, adanya promosi ini juga diharapkan mencakup kuliner lokal, potensi desa, serta potensi bagi daerah lainnya agar Kabupaten Wonogiri dapat berkembang sebagai tujuan wisata unggulan.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa promosi memiliki peran strategis dalam pengembangan pariwisata daerah, khususnya di Kabupaten Wonogiri. Temuan ini sejalan dengan konsep pemasaran pariwisata yang menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu elemen utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang berfungsi membangun kesadaran, minat, dan Keputusan berkunjung wisatawan. Promosi yang efektif tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memberikan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap sektor pendukung seperti transportasi, akomodasi, dan usaha mikro kecil menengah (UNWTO,2018). Peran radio sebagai media promosi pariwisata yang ditemukan dalam penelitian ini memperkuat teori komunikasi massa yang menempatkan radio sebagai media yang memiliki kekuatan pada aspek auditif, kedekatan emosional, dan daya jangkau lokal (McQuail's Mass Communication Theory, n.d.). Meskipun di era digital media sosial lebih unggul dalam aspek visual dan interaktivitas, radio tetap relevan terutama di wilayah dengan keterbatasan akses internet, sebagaimana dikemukakan oleh (Effendy, 2011) bahwa efektivitas media sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial dan geografis khalayak. Dengan demikian, temuan penelitian ini mendukung pandangan bahwa media konvensional belum sepenuhnya tergantikan oleh media digital, melainkan mengalami reposisi fungsi.

Program Potret Radio Giri Swara menunjukkan karakteristik promosi wisata berbasis konten informatif dan edukatif. Hal ini sejalan dengan konsep *content-based promotion* yang menekankan pentingnya penyampaian informasi yang mendalam dan

bernilai bagi audiens (Pike & Page, n.d.). Durasi siaran yang relative Panjang memungkinkan penyampaian pesan secara naratif dan kontekstual, sehingga pendengar memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai destinasi wisata. Narasi yang kuat dalam promosi pariwisata terbukti mampu membangun citra destinasi (*destination image*) yang positif. Ketertarikan pendengar terhadap wisata Pantai dan wisata alam di Kabupaten Wonogiri menunjukkan bahwa pesan promosi yang disampaikan melalui radio mampu memengaruhi persepsi dan sikap khalayak. Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori efek komunikasi massa, khususnya efek kognitif dan afektif, di mana media berperan dalam meningkatkan pengetahuan serta membentuk sikap dan minat audiens (McQuail's , 2010.). Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa promosi wisata melalui media penyiaran lokal mampu meningkatkan kesadaran dan minat berkunjung masyarakat

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa radio bukan satu-satunya sumber informasi bagi wisatawan. Preferensi pendengar yang menggunakan radio dan media sosial secara situasional menguatkan teori media *complementarity*, yang menyatakan bahwa berbagai jenis media cenderung saling melengkapi, bukan saling menggantikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hays, Page dan Buhalis (2013) yang menyebutkan bahwa wisatawan modern memanfaatkan berbagai saluran informasi, baik media tradisional maupun digital, dalam proses pengambilan Keputusan wisata. Implikasinya, strategi promosi pariwisata daerah perlu mengintegrasikan media radio dan media digital secara sinergis. Integrasi lintas media ini sejalan dengan konsep *integrated marketing communication* (IMC) yang menekankan konsistensi pesan melalui berbagai saluran komunikasi untuk mencapai efektivitas promosi yang optimal (Allagoa-Warren & Warren, n.d.). Dalam konteks Kabupaten Wonogiri, radio berperan sebagai penguat informasi dan pembangun kedekatan emosional, sementara media digital berfungsi sebagai sarana visualisasi dan perluasan jangkauan promosi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Program Potret Radio Giri Swara memiliki kontribusi nyata dalam promosi destinasi wisata Kabupaten Wonogiri. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi pembangunan daerah yang mendorong penguatan ekonomi lokal dan peningkatan citra pariwisata. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi Pembangunan yang menempatkan media lokal sebagai agen perubahan sosial dan ekonomi masyarakat. Keberlanutan promosi wisata melalui radio sangat bergantung pada konsistensi konten dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan media. Kolaborasi lintas sektor dengan pengelola objek wisata, komunitas sadar wisata, dan pelaku UMKM lokal sebagaimana diungkapkan dalam temuan penelitian ini sejalan dengan pendekatan *community based tourism*, yang menekankan partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata (Goodwin & Santilli, n.d.). Dengan demikian, radio tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai ruang partisipatif yang mendukung pemberdayaan masyarakat lokal.

Penguatan peran radio sebagai media promosi berbasis komunitas diharapkan mampu mendukung Pembangunan pariwisata Kabupaten Wonogiri yang inklusif, keberlanjutan, dan berdaya saing di Tengah dominasi media digital. Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa media lokal, apabila dikelola secara strategis dan adaptif, tetap memiliki relevansi tinggi dalam mendukung pengembangan pariwisata daerah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian mengenai dampak promosi destinasi wisata melalui Program Potret Radio Giri Swara Diskominfo Kabupaten Wonogiri, dapat disimpulkan bahwa media radio masih memiliki peran strategis dalam mendukung promosi pariwisata daerah, khususnya di wilayah dengan keterbatasan akses internet. Program Potret terbukti mampu menyajikan informasi destinasi wisata secara informatif, edukatif, dan

kontekstual, sehingga meningkatkan pengetahuan, minat, serta ketertarikan pendengar terhadap potensi wisata Kabupaten Wonogiri. Dampak promosi tidak hanya dirasakan pada aspek kognitif dan afektif pendengar, tetapi juga berimplikasi pada peningkatan aktivitas ekonomi lokal, seperti sektor perdagangan, transportasi, dan jasa pendukung pariwisata. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa radio publik lokal dapat berfungsi sebagai bagian dari ekosistem komunikasi Pembangunan daerah, sekaligus menjadi media promosi yang efektif apabila dikelola secara konsisten dan relevan dengan kebutuhan audiens. Program Potret juga berpotensi memperkuat citra positif destinasi wisata Wonogiri apabila dikembangkan secara berkelanjutan dan bersinergi dengan media digital.

DAFTAR PUSTAKA

Agitasari, D. A., Krisnanda, R., Earlike, F., Sani, A., & Artikel, R. (2022). *Pengaruh Promosi dan Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik* Info Artikel ABSTRAK (Vol. 2, Issue 1). <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt>

Amin, M. A. S., & Priansah, P. (2019). Marketing Communication Strategy To Improve Tourism Potential. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, 2(4), 160–166. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i4.575>

Boari, Y., Mochamad Ramdan, A., & Sucipto, B. (n.d.-a). *Analisis Strategi Promosi Dan Pelayanan Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Di Indonesia*.

Boari, Y., Mochamad Ramdan, A., & Sucipto, B. (n.d.-b). *analisis strategi promosi dan pelayanan pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata di indonesia*.

Kusumadewi, T. A., Suroto, W., & Purnomo, A. H. (n.d.). *Resort Dengan Pendekatan Ekologi Arsitektur Di Pantai Nampu Wonogiri*.

McQuail's Mass Communication Theory. (n.d.).

Mučalo, M., & Šulentić, A. (2021). Radio in the Promotion of Croatian Tourism: The Age of Covid-19 and Afterwards. *Medijska Istrazivanja*, 27(2), 103–126. <https://doi.org/10.22572/MI.27.2.5>

Nur Khusnia, H., Trisula Sidarta Yohanes, Y., & Wima Riyayanatasya, Y. (2023). *Radio dan Pengembangan Pariwisata: Studi Kasus terhadap RRI Mataram dalam Mempromosikan MotoGP di Sirkuit Mandalika Lombok 2022 Radio and Tourism Development: A Case Study of RRI Mataram in Promoting MotoGP at the Lombok Mandalika Circuit in 2022*. 6(2), 43–52. www.rri.co.id

Rafa'al, M. (n.d.). *Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah: Promotion Mix Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat*.

Setyanto, Y., & Winduwati, S. (n.d.). *Yugih Setyanto, Septia Winduwati : Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat) Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat)*. www.parekraf.go.id

Sulistiani, I., & Syarifuddin, S. (2024). Marketing Communication Strategy in Tourism Development based on Local Wisdom of Jayapura City Communities. *Jurnal The Messenger*, 14(3), 196–212. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v14i3.5190>

Tri Astuti, M. (2020). Communication Strategy in Promoting Cultural Tourism Destinations in Semarang City. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i12.7606>

Umur, S. A., Prihatini, A. E., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Destinasi Pariwisata

(Studi Pada Taman Graha Mangrove Kota Bontang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Wisnujati, N. S., Sangadji, S. S., & Handriana, T. (2024). Assessing the Role of Marketing Communication in Shaping Tourist Intentions to Morotai Island. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(5), 1845–1854. <https://doi.org/10.18280/ijsdp.190522>

Yanti, D., Indriany Dalimunthe, F., Prayogi, B., Nor Azilawanie Tun Ismail, W., Masatip, A., Domargo, S., & Denny, A. (2023). The Effectiveness Of Digital Media Management By Local Governments In Tourism Marketing. In *Journal of the Malaysian Institute of Planners VOLUME* (Vol. 21).

Dutta-Bergman, M. J. (2004). Complementarity in consumption of news types across traditional and new media. *Journal of broadcasting & electronic media*, 48(1), 41-60.

UNWTO. (2018). *Tourism and local economic development*. World Tourism Organization.

Nugroho, S. (2019). Peran media radio dalam promosi pariwisata daerah. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 145–156.

Morrison, A. M. (2023). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.

Effendy, O. U. (1990). *Ilmu komunikasi teori dan praktik*. Remaja Rosdakarya.

Pike, S. (2018). Destination marketing organisations. *The SAGE handbook of tourism management: Applications of theories and concepts to tourism*, SAGE Publications Ltd: United Kingdom, 129-158.

Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: a success?.