

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESA WISATA EDUKASI
ARGO WAYANG GALENGDOWO SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
Maestro Ridloh Rerengga¹⁾, Siswo Martono²⁾, Fenty Fahminarsih³⁾**

S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Jl. Kedung Baruk no. 98 Surabaya, 60298

Email : ¹⁾ 15420100018@stikom.edu, ²⁾ Siswo@stikom.edu, ³⁾ Fenty@stikom.edu

Desa wisata Argo Wayang merupakan kawasan yang memiliki berbagai wisata edukasi yang menarik dalam bidang pertanian dan peternakannya. Argo Wayang didirikan oleh sebuah kelompok rintisan desa wisata di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Desa wisata Argo Wayang sangat memiliki banyak wisata sebagai destinasi desa wisata yang berkembang dikarenakan dalam kawasan desa wisata sebagian besar warga Galengdowo berprofesi sebagai petani salak yang mampu mengedukasi wisatawan cara bertani salak, bertani kopi Excelsa, beternak sapi perah dalam perawatan pakan pengambilan susu serta pendistribusian, Taman Kututan untuk spot foto, Event Bancak'an Salak, Bumi Perkemahan yang sering digunakan untuk kegiatan pencinta lingkungan, serta home stay. Meskipun wisata Argo Wayang memiliki banyak wisata tersebut, peneliti melihat kurang tepatnya media promosi yang dilakukan pada Argo Wayang sebagai desa wisata edukasi. Untuk itu, media promosi ini dibuat untuk menunjang pengenalan Desa Wisata Argo Wayang kepada wisatawan khususnya pelajar.

Kata kunci: Desa Wisata Argo Wayang, Desa Wisata Kabupaten Jombang, Wisata Edukasi.

LATAR BELAKANG

Argo Wayang merupakan destinasi desa wisata yang ada di Provinsi Jawa Timur, terletak di wilayah pegunungan yang indah di kaki Gunung Anjasmoro. Desa ini terletak pada bagian paling selatan (sekitar 10 kilometer) dari pusat Kecamatan Wonosalam, dan terletak paling tenggara dari Kabupaten Jombang. Berbatasan langsung dengan Kabupaten Kediri, dengan sebuah sungai pada bagian selatan. Desa wisata Argo Wayang merupakan kawasan yang memiliki berbagai wisata edukasi yang menarik dalam bidang pertanian dan peternakannya. Argo Wayang didirikan oleh sebuah kelompok rintisan desa wisata di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang yang diprakarsai anak-anak muda alumni Institut Pertanian Bogor (IPB). Kelompok tersebut dipimpin oleh Ibu Wenny, yang merupakan alumni IPB pula, sekaligus pencetus konsep desa wisata Argo Wayang. Mereka membangun desa, agar dapat berkembang serta mampu meningkatkan nilai jual dari potensi desa kepada wisatawan.

Desa wisata pertanian, peternakan, dan pelestarian lingkungan yang disajikan dalam bentuk kegiatan wisata edukasi dengan objek potensi alam pegunungan khas pedesaan dan aktifitas kebun kopi ekselsa, Taman Kututan, dan jalur hutan yang menuju grojokan Kaliasat serta terdapat dua pilihan bagi wisatawan yang ingin bermalam di desa wisata yaitu Bumi Perkemahan atau Home Stay, juga menawarkan sumber daya lokal yang ada di Desa Galengdowo kepada

masyarakat umum khususnya pelajar.

Menurut Pak Endon, masyarakat sekitar hanya mengenal nama Argo Wayang saja tapi belum mengenal nama Argo Wayang kesana, terlihat dari pemasukan dana dari desa wisata yang belum meningkat secara signifikan. Pak Endon juga menambahkan hal tersebut terjadi karena paket desa wisata dianggap kurang menarik dan media promosi yang tersebar saat ini selain brosur, hanya melalui media Facebook dan dari mulut ke mulut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode jenis kualitatif dalam memperoleh data yang berkaitan.

PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data digunakan meliputi observasi, wawancara, dokumentasi.

a. Observasi

Observasi tersebut secara langsung pada objek penelitian. Teknik observasi ini dilakukan di Desa Wisata Edukasi Argo Wayang Galengdowo Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.

b. Wawancara

wawancara ini dapat berinteraksi langsung dengan narasumber yang terlibat dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian terdapat beberapa narasumber yang terlibat yaitu Bapak Endon Siswoyo selaku Kader Pemberdayaan

PERENCANAAN KREATIF

1. *Ilustrasi*

Dalam perancangan media promosi desa wisata edukasi Argo Wayang Galengdowo sebagai upaya meningkatkan brand awareness menggunakan ilustrasi digital dengan teknik vector dan bitmap dalam tahapan akhirnya agar dapat menarik perhatian target wisatawan.

2. *Layout*

Layout yang dipakai pada perancangan tersebut menggunakan grid layout. Grid layout merupakan tata letak yang mengacu pada skala tertentu yang disusun secara rapi bagian per-bagian

3. *Tipografi*

Tipografi cocok dengan konsep “Pleasure” adalah model huruf serif dengan font “Palatino Linotype” untuk keseluruhan media.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%\$%^&*()

Gambar 4.3 Font Palatino Linotype
(Sumber : www.dafont.com)

4. *Warna*

Pemakaian warna media promosi sebagai media pendukung sangat berguna sebagai pemilihan warna yang sesuai konsep “Pleasure” yang salah satunya menyampaikannya dengan cara yang menyenangkan warna kesenangan yang tepat untuk mengenalkan desa wisata edukasi wisata alam Argo Wayang Galengdowo dengan cara yang menyenangkan kepada para pelajar atau wisatawan.

	C : 97		C : 82
	M : 36 R : 0		M : 33 R : 0
	Y : 100 G : 89		Y : 0 G : 146
	K : 35 B : 49		K : 0 B : 216

Gambar 4.4 Warna
(Sumber Olahan Peneliti, 2019)

PERANCANGAN MEDIA

promosi paket-paket desa wisata Argo Wayang dan event *Bancak'an* Salak. Sedangkan media pendukung berupa X-Banner, Wayfinding, Flayer, Billboard, Packaging, Media Sosial, Foto, dan Merchandise.

1. Media utama

Pemilihan media promosi sebagai objek

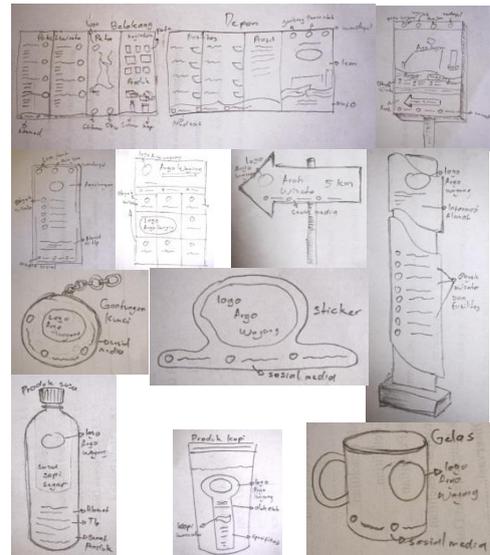
utama dari perancangan ini memiliki kelebihan dalam menyampaikan informasi secara deskriptif paket wisata yang telah disajikan dalam berbagai media promosi yang telah dirangkum. Media Promosi berfungsi informasi kepada wisatawan yang sesuai target dengan media media yang telah ditentukan dari berbagai alasan tertentu.

2. *Media Pendukung*

Media pendukung berupa X-Banner, Wayfinding, Flayer, Billboard, Packaging, Media Sosial, Foto, dan Merchandise.

3. *Strategi Media*

Dalam strategi perancangan media promosi desa wisata Argo Wayang. Terdapat batasan-batasan dalam implementasi media yang akan digunakan berikut sketsa strategi media yang akan digunakan:



Gambar 4.4 Warna
(Sumber Olahan Peneliti, 2019)

IMPLEMENTASI KARYA

1. Implementasi Brosur

Brosur di rancang dengan menggunakan teknik empat lipatan yang meliputi sisi depan dan sisi belakang. Brosur ini memuat informasi tentang kekayaan obyek-obyek wisata yang dimiliki oleh desa wisata Argo Wayang. Selain itu pada salah satu sisi terdapat peta petunjuk desa wisata Argo Wayang. Dengan ukuran A4 yang dilipat menggunakan kertas APP 120 g dengan laminasi glosy

a. Halaman Depan Brosur

Pada lipatan pertama sebelah kanan terdapat logo Jombang, logo Pemerintah Kabupaten Jombang, dan *Wonderful* Indonesia yang mendukung perkembangan desa wisata, serta memberi citra kepada desa wisata. Ucapan selamat datang dan logo Argo Wayang memberikan kesan kepada wisatawan agar mempunyai keinginan mengunjungi desa wisata. Terdapat Landmark Argo Wayang yang merupakan tanda memasuki desa wisata. Terdapat informasi alamat dan nomer telepon desa wisata.

Lipatan kedua berisi tentang profil desa wisata Argo Wayang yang di rangkum dan ditujukan kepada pelajar berusia 10-23 tahun. Mengenai sejarah berdirinya Argo Wayang dan beberapa obyek-obyek wisata serta fasilitas yang ada di desa wisata

Lipatan kedua dan ketiga terdapat penjelasan obyek dan foto wisata yang akan disajikan dalam wisata edukasi pertanian, edukasi perternakan, serta penjelasan fasilitas Bumi Perkemahan dan Homestay.



Gambar 4.25 Brosur Desa Wisata Argo Wayang Tapak Depan

(Sumber : Peneliti,2019)

b. Halaman Belakang Brosur

Lipatan pertama sebelah kanan brosur terdapat beberapa kegiatan edukasi yang telah dilakukan dan wisata alam desa wisata yang bertujuan menarik wisatawan khususnya pelajar dalam bentuk foto-foto dokumentasi. Produk unggulan juga ditampilkan, bertujuan agar wisatawan mempunyai rencana dalam pembelian produk unggulan sehingga warga juga mendapatkan keuntungan.

Lipatan kedua terdapat peta lokasi dari kabupaten sekitar Jombang yaitu : Mojokerto, Malang, Kediri, Surabaya, dan Batu sehingga memudahkan wisatawan menemukan kawasan desa wisata.

Lipatan kedua dan ketiga memberikan paket obyek wisata yang akan didapatkan oleh wisatawan mulai dari fasilitas, buged yang dikeluarkan wisatawan dari perorangan hingga rombongan, serta alamat akun media social desa wisata agar wisatawan dapat mengakses dan mendapatkan informasi lebih mudah.



Gambar 4.25 Brosur Desa Wisata Argo Wayang Tapak Belakang

(Sumber : Peneliti,2019)

2. X- Banner

Media X-Banner digunakan sebagai media promosi diletakkan di pusat informasi ketua desa wisata Argo Wayang, ketika ada kegiatan Bancak'an Salak dan ketika mengadakan atau mengikuti event kepariwisataan di luar kawasan desa wisata. Bahan yang digunakan yaitu kertas 150 g yang termasuk dala spesifikasi X-Banner *indoor* dengan penambahan laminasi *glosyy*, ukuran yang sesuai dalam perancangan ini yaitu 160 X 60 cm.

Pada desain layout paling atas terdapat logo Jombang, logo Pemerintah Kabupaten Jombang, dan *Wonderful* Indonesia yang mendukung perkembangan desa wisata, serta memberi citra kepada desa wisata. Penempatan logo Argo Wayang di letakkan di tengah dan lebih besar agar calon wisatawan dapat mengidentifikasi identitas desa wisata. Pada desain selanjutnya terdapat icon obyek-obyek wisata dengan penataan yang lebih ringkas agar calon wisatawan dapat langsung tertarik saat pertama melihat dengan jelas obyek wisata. Terdapat alamat wisata, alamat akun social media serta nomer telepon sebagai informasi target wisatawan.



Gambar 4.26 X-Banner Desa Wisata Argo Wayang

Sumber : Peneliti,2019

3. Billboard

Pada desain billboard akan diletakkan pada perempatan terminal Mojoagung yang merupakan jalan terdekat menuju kawasan desa wisata Argo Wayang dan sebagai informasi kepada calon wisatawan yang ingin berkunjung. Juga posisi strategis dalam pemasangan billboard tersebut karena selalu ramai kendaraan yang melewatinya. Bahan yang akan digunakan Banner berukuran 3X6 dengan posisi vertikal dengan penerangan lampu led yang ada di dalannya sehingga meskipun malam hari tetap terlihat sebagai media promosi desa wisata Argo Wayang.

Pada desain layout paling atas terdapat logo Jombang, logo Pemerintah Kabupaten Jombang, dan *Wonderful* Indonesia yang mendukung perkembangan desa wisata, serta memberi citra kepada desa wisata. *Visual Landmark* ditampilkan untuk menambah daya Tarik pengunjung untuk

mencari tahu desa wisata. Menampilkan obyek-obyek wisata yang disajikan untuk mengajak calon wisata obyek mana yang akan dikunjungi. Terdapat informasi dan reservasi bagi calon wisatawan yang ingin memesan paket wisata, sesuai paket yang diinginkan. Terdapat petunjuk arah, 30 kilometer, dan estimasi 50 menit dari jarak yang ditempuh. Menampilkan alamat akun desa wisata untuk mempermudah wisatawan mendapatkan informasi terbaru.



Gambar 4.27 Billboard Desa Wisata Argo Wayang (Sumber : Peneliti,2019)

3. Flyer

Pada desain flyer akan diilustrasikan visualisasi berupa foto gunung *Banca'aan* salak tahun lalu yang ada di kawasan desa wisata Argo Wayang sebagai daya Tarik dan informasi kepada wisatawan yang ingin berkunjung. Menggunakan bahan kertas APP tebal 120g dengan laminasi *glossy* dan ukuran A5.

Desain paling atas terdapat support dan logo Jombang, logo Pemerintah Kabupaten Jombang, dan *Wonderful* Indonesia yang mendukung perkembangan desa wisata, serta memberi citra kepada desa wisata yang akan membatu kegiatan ini berlangsung. Nama kegiatan didesain lebih besar agar wisatawan mampu mengidentifikasi nama dari kegiatan *Banca'an* Salak Argo Wayang. Informasi tanggal diselenggarakan ditujukan agar wisatawan merencanakan datang pada hari yang ditentukan. Informasi kontak dan sponsorship, rangkaian acara yang akan dilaksanakan selama kegiatan berlangsung, dan informasi berapa banyak salak yang akan dibagikan juga sebagai daya tarik minat wisatawan.



Gambar 4.28 Flyer Desa Wisata Argo Wayang Sumber : Peneliti, 2019

5. Wayfinding

Bahan yang digunakan untuk tulang

penegaknya menggunakan tembok berukuran 1X 4 meter berwarna abu-abu. Untuk desain *wayfinding* menggunakan neon box berukuran 1,5 X 3 meter berbahan akrilik putih susu yang di *cutting* sesuai desain yang telah dirancang.

Pada desain *wayfinding* akan diilustrasikan visualisasi berupa grafis dan beberapa wisata edukasi yang ditawarkan, beberapa wisata alam , dan fasilitas penginapan. Penempatan *wayfinding* diletakkan pada diletakkan di sebelah icon tembok yang barusaja dibangun oleh pihak pengelola desa wisata tepatnya disebelah kanan icon. Juga ditambahkan di atas icon nama desa wisata berserta logonya.



Gambar 4.29 Wayfinding Desa Wisata Argo Wayang Sumber : Peneliti,2019

6. Signage

Desain *signage* akan diilustrasikan visualisasi berupa garfis yang mengarah ke desa wisata dengan jarak kilometer yang akan ditempuh. Juga terdapat sosial media dari desa wisata Penempatan *signage* diletakkan pada diletakkan di sebelah jalan raya sebelah kanan dari arah Surabaya agar memudahkan wisatawan menuju tempat wisata. Bahan yang akan digunakan tiang besi berbentuk kotak dan desain *signage* menggunakan besi 3 mm ukuran panjang 25 cm X 60 cm yang dibentuk dan dicat besi sesuai desain.



Gambar 4.30 Signage Desa Wisata Argo Wayang Sumber : Peneliti,2019

7. Media Sosial Instagram

Media sosial Instagram bertujuan untuk memandu masyarakat luas yang belum sama sekali mengetahui tempat wisata yang aktif dalam menggunakan media sosial instagram diilustrasikan visualisasi berupa grafis yang menjelaskan beberapa wisata di desa wisata

dengan icon-icon yang telah di buat sehingga menanamkan mindset wisatawan keinginan untuk berkunjung. Penempatan media social Instagram dalam waktu waktu yang telah ditentukan oleh pihak pengelola seperti satu bulan sebelum kegiatan tradisi *Banca'an* salak diadakan.



Gambar 4.31 Media Sosial Instagram Desa Wisata Argo Wayang
Sumber : Hasil Olahan Peneliti,2019

8. *Packaging* Produk Unggulan

Packaging produk unggulan bertujuan untuk menyatukan kemasan hasil oleh-oleh desa wisata dengan memberikan alamat media social sehingga wisatawan mencari akun tersebut di social media.

- a. *Packaging* produk kopi Excelsa menggunakan plastik klip berukuran 8 cm x 20 cm bahan sticker bontak dengan laminasi *glossy*.
- b. *Packaging* salak Pondoh menggunakan *besek* untuk menampilkan kesan natural dengan dipercantik karung goni untuk menambah kesan produk desa. Bahan dari informasi produk menggunakan kertas APP 360 g laminasi *glossy* dengan ukuran 6 x 15 cm.
- c. *Packaging* susu sapi perah menggunakan botol bening berukuran 5 x 15 cm dengan isi 100 ml penggunaan botol bening agar wisatawan dapat melihat langsung produk tersebut. dan bahan sticker *vinil* bening.

Pada desain *packaging* produk unggulan akan diilustrasikan visualisasi berupa grafis yang menandakan oleh-oleh dari desa wisata dengan produk yang ada didalamnya serta spesifikasi beratnya, dan saran untuk menyimpan makanan tersebut. Penempatan media *packaging* produk unggulan akan di tempatkan di pusat oleh-oleh Dora *mart*. Sehingga wisatawan akan mudah dalam pembelian produk tersebut.



Gambar 4.32 Produk Unggulan Desa Wisata Argo Wayang
Sumber : Hasil Olahan Peneliti,2019

9. *Merchandise*

a. Sticker

Bahan yang digunakan sticker bontak dengan ukuran 3 X 6 cm laminasi *glossy* terdapat logo Argo Wayang sebagai pengingat wisatawan pada desa wisata dan sebagai oleh-oleh pernah berkunjung di desa wisata, serta alamat akun media sosial desa wisata agar wisatawan dapat mengakses dan mendapatkan informasi lebih mudah.

Sticker bisa diimplementasikan wisatawan keberbagai media sesuai keinginan. Sticker akan dijual di pusat penjualan oleh-oleh

b. Mug

Bahan mug keramik putih susu dengan diameter 60 mm juga terdapat logo Argo Wayang sebagai pengingat wisatawan pada desa wisata dan sebagai oleh-oleh pernah berkunjung di desa wisata, serta alamat akun media sosial desa wisata agar wisatawan dapat mengakses dan mendapatkan informasi lebih mudah.

Mug bisa dipakai pengunjung untuk minum susu, minuman lainnya dan cocok di berikan ke calon wisata lainnya sebagai cindramata. Untuk mug juga akan dijual di pusat penjualan oleh-oleh.

c. Gantungan Kunci

Bahan gantungan kunci dengan diameter 32 mm dengan background putih terdapat logo Argo Wayang sebagai pengingat wisatawan pada desa wisata dan sebagai pengingat pernah berkunjung di desa wisata, serta alamat akun media sosial desa wisata agar wisatawan dapat mengakses dan mendapatkan informasi lebih mudah yang didesain melingkar dengan tujuan akun sosial media terlihat dengan jelas.



Gambar 4.33 Merchandise Desa Wisata Argo Wayang
Sumber : Peneliti,2019

KESIMPULAN

Deskripsi dari kata *pleasure* adalah untuk memberikan kesenangan kegembiraan dan kepuasan dari apa yang telah disajikan. Dengan konsep *pleasure* maka desa wisata Argo Wayang sebagai wisata edukasi digambarkan dengan berbagai potensi keindahan alam yang telah disajikan oleh pengelola desa wisata untuk membuat wisatawan dapat mempelajari pertanian salak, perkebunan kopi dan peternakan sapi perah

untuk dijadikan sebuah pengalaman dan refreshing dalam bentuk berwisata.

SARAN

Pihak pengelola desa wisata Argo Wayang diharapkan dapat memaksimalkan promosi obyek-obyek pariwisata yang dimiliki dan menarik minat wisatawan untuk menciptakan tingkat keserasan desa wisata

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

Daftar Buku

- Angraini Lia S dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual ; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung. Nuansa Cendekia.
- Drs. Musanef, MBA.1996. *Manajemen Usaha Pariwisata Di Indonesia* Jakarta: PT Toko Gunung Agung.
- Drs. Wardiyanta,M.Hum. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: C.V Andi Offset..
- Eka AG Wenats, Yusuf Kurniawaty, dkk. 2008 *Integrated Marketing Communications*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hendi Hendratman St,2006. *Tips n Trix Computer Graphics Design*. Bandung Informatika.
- Kartajaya Hermawan. 2007. *Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Philip Kotler. 2005. *According to Kotler* Jakarta : PT Buana Ilmu Populer.
- Rustan Surianto. 2013. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono Jonathan dan Hary Lubis. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*.Yogyakarta. C.V Andi Offset.
- Soerjani Moh, Ahmad Rofiq, dan Munir Rozy, 2008, *Lingkungan : Sumberdaya Alam dan Kependudukan Dalam Pembangunan*, Jakarta, Penerbit Universitas Indonesia.
- Supriyono Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi*.Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Suwantoro Gamal, SH, 1997, *Dasar- Dasar Pariwisata*, Yogyakarta, Penerbit CV.Andi Offset
- Yoeti, Oka. A 1994. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

Daftar Website

- www.atobasahona.com/2016/07/pengertian-wisata-alam-dan-pariwisata.html. Diakses 28 Desember 2018.
- Dharmarista Intan. *Dari Afrika, Kopi Menyihir Dunia*. sarasvati.co.id/crossoverproject/04/dari-afrika-kopi-menyihir-dunia/. Diakses 04 Januari 2019.
- Hari Tri Wasono. *Menjajal Kopi Excelsa Yang Khas Dari Desa Wonosalam, Jombang*.

www.msn.com/id-id/travel/other/menjajal-kopi-excelsa-yang-khas-dari-desa-wonosalam-jombang/ar-BBPEX9j. Diakses 04 Februari 2019.

Junaedi. *Selayang Pandang tentang Argo Wayang Wonosalam*

www.pencangkul.com/2016/03/selayang-pandang-tentang-argo-wayang.html. Diakses 04 Febuari 2019.

Jonathan. *Pengertian Promosi:Definisi,Tujuan, Jenis, dan Contoh Promosi*. www.maxmanroe.com/pengertian-promosi.html. Diakses 04 Januari 2019

Pesona Jatim. *Wisata Edukasi Kebun Pak Budi,Bermain Sambil Belajar Hidroponik*. www.pesonajatim.com. Diakses 20 Februari 2019

Saveas Brand.com. *Membangun Merek Yang Kuat Dengan Brand Equity*

saveasbrand.com/membangun-merek-yang-kuat-dengan-brand-equity/, 03 Februari 2019

Sutono.*Panen Melimpah, Warga Galengdowo Wonosalam Jombang Bancakan Salak*. surabaya.tribunnews.com/2018/05/07/panen-melimpah-warga-galengdowo-wonosalam-jombang-bancakan-salak. Diakses 10 Mei 2018

Sidari Coki. *Pengertian Kepariwisata Menurut Para Ahli*. www.infodanpengertian.com/pengertian-kepariwisataan-menurut-para. Diakses 25 September 2018.

Daftar Jurnal

- Drs. Eksan Gunajati, M.Si.(2018)*Menggali Potensi Unggulan Kabupaten Jombang*. Kepala Bappeda Kabupaten Jombang
- Femi Oktaviani dan Diki Rustandi.(2018). *Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness*.Universitas Bina Sarana Informatika.
- Fissy Novita Sari.(2015) Makalah Geografi Pariwisata “Manfaat dan Tujuan Pariwisata”.Universitas Negeri Padang
- Haron Simamora.(2016).*Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya*.Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang.
- Soliha Euis. (2011).*Membangun Merek Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran*. Universitas Stikubank Semarang.

