

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023). *Jumlah Pengguna Facebook Di Indonesia*. Kata Data.Co.Id. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-facebook-di-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-awal-2023#:~:text=Indonesia tercatat menempati posisi ketiga,314%2C6 juta pengguna Facebook](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-facebook-di-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-awal-2023#:~:text=Indonesia%20tercatat%20menempati%20posisi%20ketiga,314%2C6%20juta%20pengguna%20facebook).
- Asri. (2020). *Apa itu Taman Nasional*. <https://tntakabonerate.com/id/apa-itu-taman-nasional/>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Astuti, N. R. T., Kep, M., Amin, N. M. K., Kep, M., & Purborini, N. N. (2018). *Manajemen penanganan Post Traumatik Stress Disorder (PTSD) berdasarkan konsep dan penelitian terkini*. Unimma Press.
- BPS Pandeglang. (2021). *Kecamatan Sumur Dalam angka 2021*. News.Ge, <https://news.ge/anakliis-porti-aris-qveynis-momava>.
- Balai Taman Nasional Ujung Kulon. (2023). *Statistik Balai TNUK 2022* (KSDAE (ed.)). Balai Taman Nasional Ujung Kulon.
- APP, A. P. P. (2022). Surat Keputusan Musyawarah Anggota (Musang) Asosiasi Pokdarwis Pandeglang (App) Nomor : 006 / Musang-Ii / App / Ii / 2022 Tentang Amandemen Anggaran Dasar , Anggaran Rumah Tangga Dan Peraturan Organisasi Asosiasi Pokdarwis Pandeglang Tahun 2022
- BTNUK. (2022). *Data Sosial Media Marketing* (p. 2)
- Badarudin, M. (2023). *Sejarah Ciwisata, Penjualan Patung Badak dan Pemasarannya*.
- BPS ProvBanten. (2020). *Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (Persen), 2018-2020*. Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. <https://banten.bps.go.id/indicator/2/467/1/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-internet-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-banten.html>
- Banpos.co. (2022). *Pasca Gempa, Jumlah Kunjungan wisatawan Pandeglang Menurun Drastis*. Banpos.Co. <https://banpos.co/2022/01/25/pasca-gempa-jumlah-kunjungan-wisatwan-dipandeglang-menurun-drastis/>
- BTNUK. (2022). *Data Sosial Media Marketing* (p. 2).
- BTNUK. (2023). *Struktur Organisasi Balai Taman Nasional Ujung Kulon*. Tnujungkulon.Menlhk.Go.Id.<https://tnujungkulon.menlhk.go.id/show/index/37/Struktur-Organisasi>
- Chaffey, D. (2015). *Digital Marketing, 5th edition (Dave Chaffey)* (2016th ed.).
- Cat, N. (2022). *data instagram.pdf*.
- Chaffey, D. (2022). *What Is Digital marketing*. Davechaffey.Com. <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-definitions/what-is-digital-marketing/>
- Clinton, T., & Tsabita, R. I. (2022). *Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*.

- Disparprov Banten. (2017). *Taman Nasional Ujung Kulon (TNUK)*. Dinas Pariwisata Provinsi Banten. <https://dispar.bantenprov.go.id/Destinasi/topic/128>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*.
- Howkins, J. (2002). *The Creative economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin UK.
- Hudson, W. R., Haas, R., & Uddin, W. (1997). *Infrastructure management: Integrating design, construction, maintenance, rehabilitation, and renovation*.
- Hudan Zulkarnaen. (2023). *Asosiasi Pokdarwis Pandeglang dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kabupaten Pandeglan*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). marketing manajmen. *Ebook of Marketing Management 13th Edition*, 1, 662.
- Instagram PokdarwisPandeglang. (2023). *Media Branding Pokdarwis Pandeglang Melalui Instagram*.
- Juanda, D. (2013). *Pengelolaan Daerah Penyangga Taman Nasional Ujung Kulon* (pp. 7–21). <https://bpk.go.id>. <https://peraturan.bpk.go.id>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). marketing manajemen. *Ebook of Marketing Management 13th Edition*, 1, 662.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage publications.
- Muluk mujibur R.K. (2007). *Menggugat Partisipasi Publik dalam Pemerintahan Daerah (Sebuah kajian Dengan Pendekatan berfikir Sistem)*. Lembaga Penerbitan FIA Unibraw.
- Moleong, L. J. (2006). *A. Metode Penelitian*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Marliani Lina. (2018). Metamorfosis Administrasi. *Dinmika:Jurnal Ilmiah Adminitrasi Negara*, 5(2), 1–7.
- Maulana, G. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dinas Pariwisata Provinsi Banten Dalam Meningkatkan Pengunjung objek wisata pasar kaulinan menes*.
- Muslihah, F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam. In *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* (Vol. 2, Issue 2). <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539><https://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029>[http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda Pangolin National Conservation Strategy and Action Plan %28LoRes%29.pdf](http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda_Pangolin_National_Conservation_Strategy_and_Action_Plan%28LoRes%29.pdf)<https://doi.org/10.1016/j.forec>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>

- Nugraheni, E. D. (2020). peran penggunaan shopee digital marketing. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607><https://doi.org/10.1016/j.ijsu.2020.02.034><https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228><https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773><https://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011><https://doi.o>
- Nurrohman, T. (2019). Implementasi Digital Marketing Komunitas #Ayokedamraman Sebagai Strategi Pengembangan Objek Wisata Dam Raman Kota Metro Oleh: *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Novie fauziah. (2022). *5 Tempat Wisata di Taman Nasional Ujung Kulon*. Inews.Id. <https://www.inews.id/amp/travel/destinasi/tempat-wisata-di-taman-nasional-ujung-kulon/2>
- Prastyo, E., & Hidayat, K. (2016). *Pola Kemitraan Antara Perum Perhutani Dengan Masyarakat Desa Hutan (Studi Kasus Program PKPH di Desa Kucur Dau, Kabupaten Malang)*. (pp. 139–149.). *Habitat*, 27(3),.
- PP Nomor 18 tahun 1994 Tentang Pengusahaan Pariwisata Alam Zona Pemanfaatan Taman Nasional, Taman Hutan Raya, dan Taman Wisata Alam (Lembar Negara Tahun 1994 No 35)
- Purnama, I. (2023). *UMKM Pandeglang Berkembang Pesat, Total Investasi Capai 2,1 Triliun*. Radar Banten. <https://www.radarbanten.co.id/umkm-pandeglang-berkembang-pesat-total-investasi-capai-rp2-triliun/>
- PokdarwisPandeglang. (2023). *Halaman Webiste Pokdarwis Pandeglang*. Pokdarwis Pandeglang. <https://pokdarwispandeglang.or.id/>
- Peneliti. (2023). *Data Wawancara dan Dokumentasi*.
- Riyadi, S. (2019). *Digital marketing strategies to boost tourism economy: A case study of atlantis land Surabaya*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6 Buku 1*.
- Simonds, J. O. (1983). *Landscape architecture: a manual of site planning and design*
- Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). *Identifying business value from the use of social media: an SME perspective*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sukandarrumidi, H. (2014). *Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian*. Gadjah Mada University Press.
- Sulthan, M. (2017). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Purbalingga (Studi Pada Analisis Komunikasi Pariwisata Berbasis Digital)*. 215–224.

- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing strategy top brand Indonesia*. Penerbit Andi.
- Soegiyanto, H., & Hadi, P. (2015). Pengembangan Potensi Ekowisata di Kabupaten Bima. *GeoEco*, 1(2), 195–206.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 9(1), 51.
- Undang -undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah
- Undang-undang Nomor 5 tahun 1990 Tentang Sumber daya Hayati dan Ekosistemnya
- WWF-Indonesia. (2006). *Prinsip-perinsip Penerapan Community Empowerment Dalam Agenda Konservasi WWF-Indonesia*. Wwf-Indonesia.