

**PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL
DI DESA SANGUREJO KABUPATEN SLEMAN**

***DIGITAL MARKETING DEVELOPMENT IN SANGUREJO
VILLAGE SLEMAN REGENCY***

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar
Magister Terapan Pariwisata**



Oleh :

REYHAN PRAMANANDA HANUREKSA
NOMOR INDUK : 2023109020

**PROGRAM MAGISTER TERAPAN PARIWISATA
PROGRAM STUDI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN
PARIWISATA**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL DI DESA SANGUREJO KABUPATEN SLEMAN

NAMA : Reyhan Pramananda H.
NIM : 2023109020
JURUSAN : MAGISTER TERAPAN PARIWISATA
PROGRAM STUDI : PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA

Pembimbing Utama,



Dr. Haryadi Darmawan, A.Par, M.M.
NIP 19711225 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Cecep Ucu Rakhman, S.Sos, M.M.
NIP 19761229 200802 1 001

Bandung,2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL DI DESA WISATA SANGUREJO KABUPATEN SLEMAN

NAMA : REYHAN PRAMANANDA H.
NIM : 2023109020
JURUSAN : MAGISTER TERAPAN PARIWISATA
PROGRAM STUDI : PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA

Pembimbing Utama,



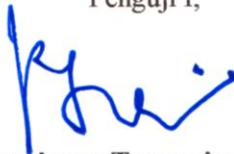
Dr. Haryadi Darmawan, MM. CPM (Asia)
NIP. 19711225 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Cecep Ucu Rakhman, M.M
NIP. 19761229 200802 1 001

Penguji I,



Dr. Wisnubawa Tarunajava, SE. MM.
NIP. 19620901 198703 1 001

Penguji II,



Dr. Herlan Suherlan, M.M, CIQAR.,
CIQNR
NIP. 19680127 199803 1 001

Bandung, 1 Juli 2025

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan
Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip, M.M.Par., CEE.
NIP. 19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama	: Reyhan Pramananda Hanureksa
Tempat / Tanggal Lahir	: Jakarta / 30 November 1997
NIM	: 2023019020
Program	: Magister Terapan Pariwisata
Program Studi	: Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL DI DESA SANGUREJO KABUPATEN SLEMAN ini merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan lainnya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Bandung, 4 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in blue ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'SEPULUH RIBU RUPIAH', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number 'D72BFAMX444295510' is visible at the bottom of the stamp.

Reyhan Pramananda Hanureksa
NIM: 2023109020

ABSTRAK

Desa Wisata Sangurejo, yang terletak di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata berbasis alam dan budaya. Potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal akibat lemahnya kemampuan pemasaran digital secara profesional. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk mengembangkan pemasaran digital yang terintegrasi guna meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Sangurejo.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah belum maksimalnya pemanfaatan media sosial dan teknologi digital dalam promosi wisata, yang menyebabkan rendahnya visibilitas destinasi. Tujuan penelitian adalah untuk mengembangkan pemasaran digital yang efektif berdasarkan model AISAS (*attraction, interest, search, action, dan share*), serta mengidentifikasi bentuk konten dan pendekatan komunikasi yang relevan untuk meningkatkan interaksi dan partisipasi wisatawan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *participatory action research* di mana peneliti ikut terlibat dalam prosesnya. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Fokus penelitian tidak hanya pada aspek teknis pemasaran digital, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam proses promosi.

Hasil penelitian yang diharapkan adalah tersusunnya model pengembangan pemasaran digital yang dapat diimplementasikan secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menciptakan konten interaktif berbasis kearifan lokal, serta membangun jejaring promosi melalui media sosial untuk memperkuat daya saing destinasi.

ABSTRACT

Sangurejo Tourism Village, located in Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta, has significant potential in the field of nature and culture-based tourism. However, this potential has not been optimally utilized due to the lack of professional digital marketing capabilities. This research is motivated by the need to develop integrated digital marketing to increase attractiveness and tourist visits.

The main problem in this research is the underutilization of social media and digital technology in tourism promotion, resulting in low visibility of destinations at both local and national levels. The purpose of this research is to develop effective digital marketing based on the AISAS model (attraction, interest, search, action, and share), and to identify the form of content and communication approach that is relevant to increase interaction and participation of tourists.

This research uses a participatory action research approach where the researcher participate in the research. Data is collected through in-depth interviews, field observations, and documentation. The focus of the research is not only on the technical aspects of digital marketing but also on empowering local communities as the main actors in the promotion process.

The expected outcome of this research is the development of a digital marketing model that can be sustainably implemented by the management of Sangurejo Tourism Village. Additionally, this research is expected to increase the capacity of local human resources through training, create interactive content based on local wisdom, and build promotional networks through social media to strengthen the image and competitiveness of destinations.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tesis ini yang berjudul **“Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Sangurejo Kabupaten Sleman”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada **Program Magister Terapan Pariwisata, Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.**

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umat beliau hingga akhir zaman. Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Dr. Anwari Masatip, MM. Par. , CEE**, Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. **Ni Gusti Made Kerti U, BA., MM.Par., CHE.,** Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan & Kerjasama (ADAK).
3. **Dr. Wisnu Bawa Tarunajaya, M.M., CHT**, Ketua Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan dalam proses akademik
4. **Dr. Haryadi Darmawan, A.Par, MM., CPM (Asia)**, Pembimbing Utama
5. **Dr. Cecep Ucu Rakhman, M.M.,** Pembimbing Pendamping
6. Seluruh dosen dan staf Program Magister Terapan Pariwisata Poltekpar NHI Bandung atas seluruh ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi.

7. **Keluarga besar Desa Wisata Sangurejo**, khususnya Bapak Nur Rohmad Fitriyanto dan seluruh anggota Pokdarwis yang telah bersedia menjadi informan serta memberikan data dan informasi penting dalam penelitian ini.
8. **Keluarga penulis**, khususnya Papa, Mama dan adik penulis, yang telah memberikan support moral dan material untuk penulis dalam menyelesaikan penyusunan tesis ini.
9. **Keluarga Alumni Universitas Gadjah Mada (KAGAMA)**, terkhusus alumni Fakultas Ilmu Budaya dan Program Studi Sarjana Pariwisata Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, atas jejaring, dukungan, dan semangat kekeluargaan yang selalu hidup dan menguatkan penulis dalam perjalanan akademik maupun profesional.
10. **Rekan-rekan di Grup Stecu dan Maecenas Causa UGM**, yang telah menjadi ruang berbagi keresahan, ide, dan diskusi reflektif yang memperkaya sudut pandang penulis selama menyusun proposal ini.
11. **Komunitas Home Brewers Indonesia dan Asosiasi Kopi Indonesia** atas kebersamaan dan inspirasi yang diberikan dalam mengangkat nilai-nilai lokal, praktik keberlanjutan, dan promosi produk kreatif yang selaras dengan semangat pengembangan pariwisata berbasis komunitas.
12. **Komunitas Everything About Life dan Quorans Indonesia**, sebagai tempat berbagi pengalaman hidup dan pengetahuan yang secara tidak langsung memberikan inspirasi, dukungan moral, dan sudut pandang baru dalam melihat dinamika pariwisata dan masyarakat.

13. Seluruh rekan mahasiswa **Program Magister Terapan Pariwisata angkatan 2023** yang telah menjadi teman berbagi ilmu, semangat, dan perjuangan selama proses studi.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan tesis ke depannya. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, khususnya dalam pengembangan desa wisata berbasis digital di Indonesia.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Surat Pernyataan	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel.....	xii
Bab I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian	10
C. Fokus Penelitian	12
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	14
E. Luaran Penelitian.....	16
F. Sistematika Penulisan.....	18
Bab II Pendekatan Penelitian	21
A. Pendekatan yang Digunakan	21
B. Penelitian / Proyek Terdahulu	23
C. Kerangka Penelitian	30
Bab III Metodologi Penelitian.....	32
A. Metode Penelitian.....	32
B. Karakteristik Lokus dan Informan Penelitian	35

C. Sumber Data.....	39
D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	40
E. Validitas Data	43
F. Analisis Data	44
Bab IV Hasil dan Pembahasan	48
A. Gambaran Umum	48
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	53
C. Pembahasan Penelitian dengan Model AISAS.....	60
Bab V Simpulan, Implikasi dan Luaran Studi.....	75
A. Simpulan	75
B. Implikasi	75
C. Luaran Studi	79
D. Rekomendasi	82
Daftar Pustaka	103
Lampiran	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model AISAS	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	31
Gambar 4.1. Peta Kabupaten Sleman Propinsi DI Yogyakarta	48
Gambar 4.2 Pengunjung memancing di Embung Kaliaji	49
Gambar 4.3. Kegiatan Pramuka di Desa Wisata Sangurejo	50
Gambar 4.4. Kegiatan Rombongan Umum di Desa Wisata Sangurejo Mei 2025	51
Gambar 4.4. Logo Desa Wisata Sangurejo	52
Gambar 4.5. Struktur Pengurus Desa Wisata Sangurejo	53
Gambar 4.6. Perbandingan Media Sosial Desa Sangurejo & Desa Pentingsari	55
Gambar 5.1. Rancangan konsep dan konten media sosial Desa Wisata Sangurejo	83
Gambar 5.2. Tangkapan Layar <i>Insight Analytics</i> Instagram @desawisata_sangurejo	85
Gambar 5.3. Tangkapan Layar <i>Insight Analytics</i> Facebook @Mbahrejo Sangu	87
Gambar 5.4. Feed Instagram 1	89
Gambar 5.5. Feed Instagram 2	89
Gambar 5.6. Feed Instagram 3	90
Gambar 5.7. Feed Instagram 4	90
Gambar 5.8. Feed Instagram 5	90
Gambar 5.9. Reels Instagram 1	91
Gambar 5.10. Reels Instagram 2	91
Gambar 5.11. Reels Instagram 3	91

Gambar 5.12. Story Instagram 1	92
Gambar 5.13. <i>Insight Analysis</i> Instagram Desa Wisata Sangurejo	
Perbandingan Sebelum Dan Sesudah Implementasi Konsep dan	
Konten Baru	94
Gambar 5.14. Profil Facebook 1	98
Gambar 5.15. Profil Facebook 2	98
Gambar 5.16. <i>Insight Analysis</i> Facebook Desa Wisata Sangurejo Perbandingan	
Sebelum Dan Sesudah Implementasi Konsep dan Konten Baru	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tabel Data Pengunjung Desa Wisata Sangurejo	3
Tabel 1.2. Data Performa Media Sosial Desa Sangurejo	8
Tabel 1.3. Perbandingan Performa Media Sosial Desa Sangurejo & Pentingsari	9
Tabel 2.1. Penjelasan Singkat Tinjauan Pustaka	25
Tabel 3.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Propinsi DIY	36
Tabel 3.2. Angka Kunjungan Wisata Kabupaten Sleman	37
Tabel 5.1. Perbandingan Insight Instagram @desawisata_sangurejo	
Periode 2 Mei s/d 12 Juni 2025.....	95

DAFTAR PUSTAKA

- Amata, J.P. 2021. “*Extent of Community Participation in the Ecotourism Project in Caramoan, Camarines Sur, Philippines*”. Open Access Library Journal, 8, 1-29. doi: 10.4236/oalib.1107790.
- Alvehus, J. 2013. “*Writing a Thesis with Qualitative Methods : A Handbook.*” Stockholm: Liber
- Andreopoulou, Zacharoula S. dan Koliouka, Christiana. 2020. “*Internet and neuromarketing in the context of well-being sustainability*”. International Journal of Technology Marketing
- Arismayanti, N. K., Sendra, I. M., Suwena, I. K., Budiarsa, M., Bakta, I. M., & Pitana, I. G. (2019). *Tourism Villages’ Development in Bali, Mass or Alternative Tourism?*. Journal of Tourism and Hospitality
- Bruce Emmanuel, Shurong Zhao, Sulemana Bankuoru Egala, Yegenmuradov Mammet, Kweitsu Godson, 2022. “*Social Media and Its Connection to Business Performance—A Literature Review*”. Jurnal American Journal of Industrial and Business Management, Vol. 12, hlm. 877–893. School of Management and Economics, University of Electronic Science and Technology of China. Chengdu, China.
- Bryman, A. and Bell, E. 2011. “*Business Research Methods. 3rd Edition.*” Oxford : Oxford University Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Charlesworth, A.2020. “*Absolute Essentials of Digital Marketing*”. Routledge <https://doi.org/10.4324/9781003015789>
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). *The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews. Journal of Marketing Research*, 43(3), 345-354.
- Coghlan, D., & Brannick, T. (2005). *Doing Action Research in Your Own Organization*. London: SAGE Publications.
- Creswell, J.W. 2014. “*Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan. Campuran.*” Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Deighton, J., & Kornfeld, L. (2009). *Interactivity’s unanticipated consequences for markets and marketing. Journal of Interactive Marketing*, 23(1), 4-10.
- Evans, N., Campbell., B & Stonehouse, G. 2003. “*Manajemen Strategis untuk Perjalanan dan Pariwisata*”. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Ernawati, Ni Made. 2018. *"Pariwisata Berbasis Masyarakat"*. Swasata Nulus : Denpasar
- Esterberg, Kristin G. 2002. *"Qualitative Methods in Social Research"*. New York : McGraw-Hill
- Farris, P. W., Bendle, N. T., Pfeifer, P. E., & Reibstein, D. J. (2020). *Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance* (4th ed.). Pearson Education.
- Fennell, David A. 2024. *"Ecotourism"*. Routledge : Inggris
- Freihat, S. M. S. S. 2023. *Digital marketing and its role in achieving customer's happiness: Evidence Jordanian five-star hotels*. International Journal of Data and Network Science, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.12.001>
- Ghauri, P. N., & Grønhaug, K. 2005. *Research Methods in Business Studies: A Practical Guide*. London: Pearson Education.
- Grönmo, S. 2006. *'Methods in Social Science', first ed., Sweden*. Malmö: Lieber AB.
- Hidayat, A. (2023). *Pengaruh Model AISAS terhadap Efektivitas Konten Promosi Digital Desa Wisata di Yogyakarta*. Jurnal Pariwisata dan Komunikasi, 6(1).
- Hemann, C., & Burbary, K. (2018). *Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World* (2nd ed.). Que Publishing.
- Kannan, P.K. 2017. *"Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda."* International Journal of Research in Marketing, 34, 22-45.
- Keller, E., & Fay, B. (2012). *The face-to-face book: Why real relationships matter in a digital world*. Free Press.
- Kemmis, S.& McTaggart, R. 2007. *Participatory action research : Communicative action and public sphere*. Dalam N.K Denzin & Y.K. Lincoln (Eds.), *Strategies of Qualitative Inquiry* (Edisi Ketiga, hal. 271-330). California : Thousand Oaks
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (3rd ed.). Kogan Page.
- Kothari, C.R. dan Garg, G. 2014. *"Research methodology, methods and techniques' 3rd: edition"*. New Delhi: New age International

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Küng, L. 2008. *“Strategic Management in the Media: Theory to Practice”*. Sage
- Mangkunegara. 2011. *“Manajemen Sumber Daya Perusahaan”*. PT . Remaja. Rosdakarya. Bandung.
- Mangold, W. C., & Faulds, D. J. (2009). *Social media: The new hybrid element of the promotion mix*. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Meifilina, A. (2022). *Penerapan AISAS Model dalam Komunikasi Pemasaran Desa Digital pada Desa Wisata Serang, Kabupaten Blitar*. KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu, 1(4), 2022.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. 2014. *“Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook, Edition 3.”* USA : Sage Publications
- Natasya, Herdis, dkk. 2022. *“Efektivitas Media Senyap Dalam Meningkatkan Kemampuan Menulis Cerpen Siswa MA AI Ahliyah”*. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran “JDPP”*. 10(2), 217-226.
- Nelson, J. 2015. *“The Evolution and Impacts of Community Based Ecotourism in Northern Tanzania”*. Issue Paper No. 131.
- Nurfadilah, D. (2023). *Penerapan Model AISAS pada Aerial Photography sebagai Media Promosi Desa Wisata Lebakmuncang, Ciwidey, Bandung*. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(1).
- Patel, Runa and Davidsson, Bo. 2011. *“The Basics of Research Methodology – Planning, Conducting, and Reporting a Study”*. Lund : Studentlitteratur AB
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Philips, E.2015. *“Retailers Scale Up Online Sales Distribution Networks.”* The Wall Street Journal November, 17, 2015
- Prasetyo, A. (2023). *Efektivitas Model AISAS dalam Digital Marketing Destinasi Wisata Rural di Jawa Tengah*. *Jurnal Digital Tourism*.
- Pratiwi, D. (2022). *AISAS Model Analysis of Persuasive Messages on Instagram Promoting Alamendah Tourism Village*. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 4(2).
- Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill Education.

- Putri, D. A. (2022). *Analisis Teori AISAS dalam Strategi Komunikasi Promosi Wisata Alam Watu Rumpuk, Desa Mendak, Kabupaten Madiun*. Refleksi Edukatika, 13(2).
- Rahmawati, I. (2022). *Analisis Model AISAS pada Wisata Pulau Sombori, Kabupaten Morowali*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Sakas, D.P. dan Reklitis, D.P. 2021. "The Impact of Organic Traffic of Crowdsourcing Platforms on Airlines' Website Traffic and User Engagement". *Sustainability: Science Practice and Policy*, 13 (16) (2021), p. 8850, 10.3390/su13168850
- Sari, R. P. (2021). *Strategi Pemasaran Desa Wisata Pentingsari melalui Instagram menggunakan Model AISAS*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Semiawan, Conny R. 2007. *Catatan Kecil tentang Penelitian dan Pengembangan Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media* (5th ed.). Kogan Page
- Sontakki, C.N. 2010. "*Marketing Research*". India : Himalaya Publishing House
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson Education.
- Sterne, J. (2010). *Social Media Metrics: How to Measure and Optimize Your Marketing Investment*. John Wiley & Sons.
- Sugiyama, Kotaro and Andree, Tim, 2011. "*The Dentsu Way*". McGraw-Hill Companies
- Sukardi. 2021. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kompetensi dan Praktiknya, Edisi Revisi)*. Jakarta
- Suryani, N. (2021). *Model AISAS dan Penguatan Brand Image Destinasi Wisata Melalui Media Sosial (Studi Kasus Desa Wisata Nglanggeran)*. Jurnal Komunikasi Indonesia.
- Terina, N. A., Prabawa, T. S., & Manuputty, A. D. (2012). *Perancangan sistem e-tourism berbasis web sebagai media pemasaran pariwisata Kota Jepara*. Tesis. Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.

- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. 2014. “*Digital Marketing and Social Media: Why Bother? Business Horizons*” , 57, 703-708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing* (4th ed.). SAGE Publications.
- Ulfatin, N. 2022. “Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya.” Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Wulandari, F. (2022). *Penerapan Model AISAS dalam Komunikasi Pemasaran Digital Desa Wisata Berbasis Komunitas di Bali*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora.
- Wunder, S. 2017. “*Poverty Alleviation and Tropical Forest: What Scope for Synergies?*” World Development, 39, 46-53.

LAMPIRAN



DESA WISATA SANGUREJO

Kampung Pramuka, Wisata, Seni dan Budaya
Sangurejo RT 003 RW 028, Wonokerto, Turi, Sleman, D. I. Yogyakarta, 55551

PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Kepada :

Yth. Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama
Politeknik Pariwisata NHI Bandung
Jl. Dr. Setiabudhi 186 Bandung

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Nur Rohmat Fitrianto
Jabatan	: Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kelurahan Wonokerto – Desa Wisata Sangurejo
Alamat	: Sangurejo, Wonokerto, Kec. Turi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55551
No. Telp/HP yang dapat dihubungi	: 085100602092

Menyatakan bahwa nama mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama	: Reyhan Pramananda Hanureksa
NIM	: 2023109020
Program Studi	: Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata
Jurusan	: Magister Terapan Pariwisata

Telah selesai melaksanakan penelitian di tempat kami pada tanggal 25 Mei 2025 s.d. tanggal 12 Juni 2025 dalam rangka menyusun TESIS dengan judul penelitian **Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Sangurejo Kabupaten Sleman**.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta , 14 Juni 2025



Nur Rohmat Fitrianto
Ketua Pokdarwis Desa Sangurejo

Piagam Penetapan Sangurejo Sebagai Kampung Pramuka



Gerbang Desa Wisata Sangurejo



Embung Kaliaji Desa Wisata Sangurejo



Panggung Terbuka Desa Wisata Sangurejo



Reyhan Pramananda Thesis 17Juni2025 23.00.pdf

ORIGINALITY REPORT

17 %	17 %	6 %	8 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.upi.edu Internet Source	3 %
2	repository.ampta.ac.id Internet Source	1 %
3	123dok.com Internet Source	1 %
4	altifani.org Internet Source	1 %
5	www.scirp.org Internet Source	<1 %
6	jurnal.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
7	latihanskripsidengandfd.blogspot.com Internet Source	<1 %
8	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1 %
9	journal.stiemb.ac.id Internet Source	<1 %
10	docplayer.info Internet Source	<1 %
11	Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Student Paper	<1 %

journal.universitaspahlawan.ac.id



Reyhan Pramananda H.

GADJAH MADA UNIVERSITY - TOURISM UNDERGRADUATE PROGRAM

Profile Summary

Enthusiast, trustworthy, friendly, creative, discipline, hardworking and highly motivated. Knowledgeable in tourism area, able to deliver highest level service for tourism and hospitality business stakeholders.

Areas of Interest

- Hospitality
- Learning Foreign Language
- Culinary
- Food and Beverages (Coffee Making)
- Traveling
- Photography
- Reading
- Sports
- Creative Writing

Contact Information :

+6281284048676
Jalan Bambu Mas Selatan III Blok P no 20
Pondok Bambu, Duren Sawit, East Jakarta,
Jakarta Greater Area, Indonesia
reyhan.pramananda.h@gmail.com

Work Experience

HOSPITALITY STAFF

Coffee Corner at 2024 World Water Forum Summit in Bali, May 2024
Coffee Corner at 2023 ASEAN Plus Summit in Jakarta
September of 2023
Coffee Corner at 2023 ASEAN SUMMIT in Labuan Bajo
9th - 11th May 2023

CHIEF EXECUTIVE OFFICER

Coffeetrovo Indonesia (Coffee and Signature)
November 2021 - December 2022

BARISTA

Digital Library Cafe and Co-Working Space of FISIPOL UGM
March 2021 - March 2022

TOUR GUIDE INTERN

Taman Wisata Candi (TWC) area. Candi Prambanan.
October - December 2019

VIP LIAISON OFFICER & TICKETING

Badai Pasti Berlalu Musical Concert.
November 2016

Education & Training

GADJAH MADA UNIVERSITY

Major in Tourism, Undergraduate Program
2016 - 2021

BANDUNG NHI TOURISM POLYTECHNICS

Major in Tourism Management, Masters Program
2023 - Now

LABSCHOOL JAKARTA SENIOR HIGH SCHOOL

June 2013 - June 2016

Training of Certified Tour Guide, Yogyakarta, September 2022

Training of Restaurant & Hotel Certification, Yogyakarta, November 2022

Activities :

- Class and Batch Leader of 2023 Tourism Management, Masters Program
- Public Relations Member of Labschool
- President of Labs Taekwondo Extracurricular (2013 - 2016)
- Member of Documentation Team - LabsProject 2015

Achievements :

- Black Belt holder of World Taekwondo, issued by Kukkiwon of South Korea, 1st Dan, 2015 - present
- 3rd Champion of All - Jakarta Taekwondo Championship, 2014
- 1st Champion of Delta National Invitation, 2014