

Daftar Pustaka

- Anggi Ariasa. (2020). *Danau Buyan Diproyeksikan Jadi Kawasan Premium*.
<https://rri.co.id/singaraja/daerah/879580/danau-buyan-diproyeksikan-jadi-kawasan-premium>
- Bps.go.id. (2021). *Banyaknya Wisatawan Mancanegara ke Bali dan Indonesia, 1969-2021*.
2021. <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/28/jumlah-wisatawan-asing-ke-bali-dan-indonesia-1969-2019.html>
- Budayasa, I. K. (2016). *Pengembangan Wisata Trekking Di Kawasan*. 2, 143-154Budayasa, I Ketut. 2016. "Pengembangan Wisa.
- Buleleng, R. K. (2020). *Buyan Dirancang Jadi Kawasan Premium*.
<https://koranbuleleng.com/2020/08/05/buyan-dirancang-jadi-kawasan-premium/>
- Burhan, B. (2015). *Komunikasi pariwisata (tourism dan communication) : pemasaran dan brand destinasi*.
- Burhan, B. (2018). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*.
- Burhan, B. (2021). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*.
- Cangara, H. H. (2015). *Pengantar ilmu komunikasi*.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129–139.
<https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Dimitri Mortelmans. (2019). *Analyzing Qualitative Data Using NVivo*.
- Dr. Irene Silviani. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN TEKNIK INTEGRATED MARKETING*.
- Edhlund, B. (2019). *NVivo 12 Essentials*.
- Hendrik, J. (n.d.). *Tri Hita Karana*. 2013. Retrieved June 9, 2021, from

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=4DFIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=tri+hita+karana&ots=SDPIJConR1&sig=bnDARSpMBf8tHJoe31EGcczpUeM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Luh, N., & Agustini, P. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Ekowisata Pada Destinasi Wisata Dolphin Hunting Lovina. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(1), 45–51.
- Muhammad, B. I., & Isnaini, M. (2021). Peningkatan Isu Pembangunan Destinasi Wisata Premium Komodo Melalui Media Sosial Twitter Framing of Komodo Premium Tourism Destination Development Issues Via Twitter Social Media. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 96–109.
- Noviansyah, A. (2019). *Buleleng Akan Punya Wisata Petik Stroberi di Danau Buyan-Tamblingan*. <https://kumparan.com/kumparantravel/buleleng-akan-punya-wisata-petik-stroberi-di-danau-buyan-tamblingan-1sE3g96zzLc>
- Peduli, C. (n.d.). *Mengenal Wisata Super Premium Labuan Bajo dan Ancamannya – Sunspirit*. 2020. Retrieved June 9, 2021, from <https://sunspiritforjusticeandpeace.org/2020/08/26/mengenal-wisata-super-premium-labuan-bajo-dan-ancamannya/1670/>
- Pitana, G. (2020). *Bali Recognized as World's Top Destination for 2017*. <https://tripadvisor.mediaroom.com/press-releases?item=125328>
- Soritua, Y. (2019). *ANALYSIS OF THE ROLE OF TOURISM SECTOR TO BE THE MAIN INCOME IN THE REGION (A comparison study in the Tourism sector in Bali Province)*.
- Sudiana, I. K., & Arsani, N. (2014). Pengembangan Model Pemberdayaan Kawasandanau Buyan Sebagai Ikon Sport Tourism Baliberlandaskan Tri Hita Karana. *Seminar Nasional Riset* <https://e proceeding.undiksha.ac.id/index.php/senari/article/view/481>
- Sugiyono. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata* (Aditya Ari C. (ed.)). penerbit andi.