

DAFTAR PUSTAKA

- Aldin, I.U. (2020). "Startup Pariwisata *Pigijo* IPO, jadi Emiten Pertama Papan Akselerasi". Diakses 20 Juni 2022. <https://katadata.co.id/happyfajrian/finansial/5e9a4c3b2c90c/startup-pariwisata-Pigijo-ipo-jadi-emiten-pertama-papan-akselerasi>.
- Alfiansyah, D. (2021). *Pola Komunikasi Pemasaran Cafe Beranda Depan Dalam Menyikapi Dampak Covid-19*. (Doctoral dissertation, UMSU). Diakses dari <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/15206>.
- Ali, H. (2021) Karakteristik Call To Action Pada Landing Page Belgiepro.com. Artikel Univeritas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Amalia, D. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pt. Tripvisto Nusantara Jaya*. (Skripsi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragam), 2017). Diakses dari <https://library.moestopo.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1893&bid=40214>,
- Bachri, B. S. (2010). "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif". *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Denis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanik.
- Dermawan, R. (2022). "Berwisata Pasca Pandemi". *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*, 17(1).
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kementerian Pariwisata. (2019). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2019*. Diakses pada <https://eperformance.kemenparekraf.go.id/storage/media/378/LAKIP-Kemenpar-2019.pdf>.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social media capabilities dalam adopsi media sosial guna meningkatkan kinerja UMKM. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227-238.
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Medan; Yayasan Kita Menulis.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mae. (2022). "Kasus Covid-19 di Mei Turun Tajam, Sudah Boleh Tenang?" diakses pada 20 Juni 2022. Diakses pada 20 Juni 2022.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20220601151651-4343479/kasus-covid-19-di-mei-turun-tajam-sudah-boleh-tenang>.

- Marliya, R.D (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk web "Grosir Kosmetik Karangjati"*. (Skripsi, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2017). Diakses dari <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/19427>.
- Maulana, R., & Ali, D. S. F. (2021). "Peran New Media Podcast Podkesmas Dalam Mensosialisasikan Vaksin Covid-19". *Jurnal eProceedings of Management*, 8(5).
- Moleong, L. J. (2000) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakaya.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(02), 135-143.
- Muntazah, A., Novalia, N., & Emeilia, R. I. (2020). "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Pada Perusahaan Travel Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Cv Khairil Tour & Travel)". *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 211-221.
- Praditia, A. (2013). *Pola Jaringan Sosial Pada Industry Kecil Rambut Palsu Di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rahayu. S. N. (2020). "Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Gresik Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Wisata Baru Setigi Gresik)". : *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Vol 4(1), P.27-39*.
- Rumondang, A., dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Rusdi, J. F. (2019). Peran teknologi informasi pada pariwisata Indonesia. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, 2(2), 78-118.
- Saleh, R. (2017). Pesan Iklan Dalam Membangun Merek. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 33-42.
- Santoso, B. (2013). "Proses Gatekeeping di Ruang Redaksi" *Dinamika Bogor*(Studi Kasus Proses Produksi Berita Pada TV Megaswara Bogor)". *UG Jurnal*, 7(09), 31-33.
- Santoso, P. Y. (2018). Transformasi Integrated Marketing Communication Di Era Digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 313-326.

- Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan pelanggan di antara hubungan citra perusahaan dan kewajaran harga dengan loyalitas pelanggan mapemall.com*. Penerbit Lakeisha: Klaten.
- Sari, N., Kania, R., & Framanik, N. A. (2018). *Narasi Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop "Filosofi Kopi"*. (Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). Diakses pada <http://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/1194>.
- Setyowati, N. D., & Tutiasri, R. P. (2021). "Strategi Komunikasi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Makanan Yang Terkena Dampak Covid-19". *Jisip: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(1), 73-84.
- Sfsekuritas. (2021, 5 Maret). "Company Highlight Pt Tourindo Guide Indonesia, Tbk." Diakses dari https://sfsekuritas.co.id/storage/pdf/1615540983_CW5Dbq33Pi7aLhp.pdf
- Shimp, Terence A. (2003) *Periklanan Promosi Aspek Tmabahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Subadi, T. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press 2006.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). "Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia". *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16-29.
- Syuderajat, F. (2017). "Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT GMF Aeroasia". *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 9(2), 81-97.
- Umanailo, M.C.B. (2019). Paradigma Konstruktivis. Diakses pada <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>.
- Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021). "Sektor pariwisata Indonesia di tengah pandemi COVID 19". *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 383-389.
- Waworuntu, M. I. G., Mingkid, E., & Himpong, M. D. (2021). "Strategi Komunikasi Pemasaran Esspecto Coffee Tondano Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19." *Acta Diurna Komunikasi*, 3(3).
- Wibowo, P. S. (2021). "Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru". *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1).