

REFERENCES

- Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui YouTube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26-30.
- Damanik, J. (2006). *Perencanaan ekowisata*. Andi Offset.
- Hakim, L. (2013). *Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit, Aspirasi*, 4(2), 165-172. Retrieved from <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/501>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Rangkuti. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus - Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- RI, K. (2021, August 3). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. Retrieved from Kemenparekraf Web site: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia- di-Tengah-Pandemi>
- Saepudin, & Rivian, A. S. (2019). The Consumer Value Of Tourism In Digital Promotion. 136.
- Sari, V. D. (2020). *Sumber Daya Manusia di Era Tourism*. Sumatra Barat: CVInsan Cendekia Mandiri.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.