

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, M. F. & Wahyuni, I. I. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Grand Tryas Hotel Cirebon pada Program Staycation. Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3 (6), 3368-3377.
- Aditya, M. S. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung sebagai Media Edukasi Pencegahan Virus (Corona)). (Skripsi). Universitas Komputer Indonesia, Bandung.*
- Alexander, J. L. (2021). *The Circular Model of Some in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia). Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10 (2), 104-116.
- Alipha, M. N. (2023). *Pengelolaan Instagram @disbudparkotacirebon sebagai Bentuk Digital Public Relations. (Skripsi). UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.*
- Andrian, D. & Mulyandi, M. R. (2021). *Manfaat Pemasaran Media Sosial pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2 (2), 215-222.
- Ang, A. & Budi, H. S. (2022). *Perancangan Brand Komunikasi untuk Mori Hampers guna Meningkatkan Awareness melalui Media Sosial. VICIDI*, 12 (2), 214-226.
- Anshori, M. S. & Hakim, F. R. (2023). *Analysis of Information Publication Management on the @SEMARAS\_SIA Account Based on The Circular Model of SOME Theory. WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1 (1), 22-45.
- Ardianto, E. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.*
- Bachri, B. (2010). *Meyakinkan Validitas Daya Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif. Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10 (1), 46-64.
- Buana, A. W., Azizah, N., Pratami, R., & Margaretha, L. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng SS dalam Meningkatkan Brand Awareness Konsumen melalui Instagram. Jurnal Riset Komunikasi*, 58-68.
- Dan, L., Otis, B., Suzette, T. H., & Elizabeth, L. T. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.*
- Dasuki, I. & Wahid, U. (2020). *Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1 (2), 47-54.

- Devina, F. A., Lukmanb, A. S., & Apriliac, I. (2023). *Implementation of Cyber Public Relations by Digma Agency to Increase MiMuMe Brand Awareness Through the Instagram Platform*. *EDUCATIONIST: Journal of Educational and Cultural Studies*, 1 (3), 310-316.
- Don, S. (2017). *Primer of Public Relations Research Third Edition*. New York: Guilford Publications, Inc.
- Ekalista, P. & Hardianto, W. T. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1 (1), 20-26.
- Eric, Y., Robert, B., & Iliese, B. (2006). *Public Relations for Dummies 2nd Edition*. Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Febrianti, M. D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pusat Oleh-Oleh Gethuk Take Khas Tawangmangu dalam Meningkatkan Brand Awareness*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Mas Said, Surakarta.
- Feroza, C. & Misnawati, D. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @yhoophii\_official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan*. *Jurnal Inovasi*, 14 (1), 32-41.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Fitriyani, B. N. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Lombok Timur serta pada Dinas Pariwisata Lombok Timur (Studi Kasus pada Event "Festival Kaliantan" sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Kaliantan dan Pelestarian Budaya Daerah)*. (Skripsi). Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Haryati, F. & Sovianti, R. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Costumer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia*. *Coverage*, 11 (2), 52-65.
- Heath, R. L. (2013). *Encyclopedia of Public Relations Second Edition*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Hermawan, F. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Vivo Smartphone dalam Membentuk Brand Awareness di Kalangan Remaja Kelurahan Sei Putih Barat Kecamatan Medan Petisah*. (Skripsi). Universitas Medan Area, Medan.
- Hichmaed, T. H., Wan, L. H., & Rian, R. R. (2023). *Pelatihan Optimalisasi Social Media Marketing dalam Peningkatan Brand Awareness pada Jasa Photography Estic Picture*. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora*, 3 (1), 43-46.
- Instagram. (2023). Profil Akun Instagram @javaheritagehotel. Diakses melalui <https://instagram.com/javaheritagehotel> pada Rabu, 11 Oktober 2023.

- Ismunandar, Andriani, N. Y., Hanis, R., Hamzah, R., & Yusuf, M. (2023). *Grand Preanger Bandung Effective Marketing Communication Strategy in Thestaycation Program*. *Sean Institue Jurnal Ekonomi*, 12 (1), 48-53.
- Javaheritagehotel. (2023). Java Heritage Hotel Purwokerto. Diakses melalui <https://javaheritagehotel.com/?lang=id> pada Selasa, 5 September 2023.
- Karta, N. L. & Suarthana, I. K. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Ekowisata pada Destinasi Wisata Dolphin Hunting Lovina*. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 8 (1), 45-51.
- Khairunisa, K. K. (2023). *Analisis Digital PR Startup Ruang Saling Silang untuk Membangun Brand Awareness di Masyarakat*. (Artikel Ilmiah). Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a Critical Introduction, Second Edition*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Maryolen, S., Hapsari, N. D., & Oktaviani, R. C. (2019). *Instagram sebagai Media Publikasi dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium*. *Avant Garde*, 7 (1), 19-41.
- Mukti, O. F. (2023). *Efektivitas Social Media Marketing sebagai Strategi Interactive Marketing Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives*. (Skripsi). Universitas Airlangga, Surabaya.
- Munandar, H. & Suherman, M. (2016). *Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial*. *Hubungan Masyarakat*, 2 (1), 423-430.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta.
- Paxson, P. (2010). *Mass Communications and Media Studies*. New York: The Continuum International Publishing Group Inc.
- Permata, S. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Experiential Marketing Jasa Perhotelan melalui Instagram @liburandihotel*. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4 (1), 1-20.
- Prabawati, H. & Adi, W. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) sebagai Media Publikasi Kegiatan*. *Jurnal Communicology*, 7 (2), 160-176.
- Putra, J. E. & Lestari, M. T. (2022). *Analisis Engagement Rate Series Little Mom dalam Membangun Brand Awareness We Tv Indonesia*. *E-Proceeding of Management*, 9 (2), 1225-1229.
- Putri, R. N. (2021). *Marketing Public Relations Java Heritage Hotel dalam Special Event Pasar Gayeng Expo*. (Tesis). Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Ramadani, N. & Firdausy, S. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Aryaduta Makassar di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Komunikasi*, 15 (1), 36-46.

- Rio, F., Paramita, M., & Thang, S. (2021). *Analisis Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran pada Perusahaan DE Plafon*. *Journal of Digital Ecosystem for Natural Sustainability (JoDENS)*, 1 (2), 91-94.
- Rizaty, M. (2023). Pengguna Instagram di Indonesia capai 109,3 Juta per April 2023. Diakses melalui <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023> pada Jumat, 8 September 2023.
- Rosita, L., Hariyati, F., Akbari, D. A., & Agustini, V. D. (2023). *Implementation of Integrated Marketing Communication for ERIGO Brand Through Instagram*. *Technium Social Sciences Journal*, 42, 63-75.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Silfia, I. (2020). *Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Sukmana, S. S. (2023). *Strategi Customer Relationship Management Anemoi Candle sebagai Stratup Ramah Lingkungan*. (Skripsi). Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Susilo, A. (2020). *Aktivitas Cyber Public Relations pegipegi.com dalam Meningkatkan Brand Awareness*. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8 (1), 22-29.
- Soemirat, S. & Ardianto, E. (2015). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Theaker, A. (2012). *The Public Relations Handbook Fourth Edition*. Canada: Routledge.
- Wahid, U. & Puspita, A. E. (2017). *Upaya Peningkatan Brand Awareness PT. Go-jek Indonesia melalui Aktivitas Marketing Public Relations*. *Jurnal Komunikasi*, 9 (1), 31-43.
- Wahyuni, S. (2020). *Pemanfaatan Digital Public Relations dalam Sosialisasi Tagline Better Banyumas oleh Humas Pemerintah Kabupaten Banyumas*. (Skripsi). Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Wasliah, L. & Maida, S. T. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bauran Mix dalam Meningkatkan Brand Awareness (Deskripsi Kualitatif pada PT Bank Bukopin)*. *VISIONER: Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosial Politik*, 4 (1), 36-41.
- Waworuntu, K. A. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Majapahit Surabaya dalam Mengelola Reputasi*. (Skripsi). Universitas Katolik Widtya Mandala, Surabaya.
- Wijaya, L. S. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness*. *Jurnal Ilmiah Media Public Relations dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2 (1), 1-14.

Zakiyah, A. R. & Nofandrilla, N. (2022). *Analysis of The Circular Model of SOME in The Publication of PTPN XI Surabaya Activities through Instagram*. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH)*, 8, 413-426.

Zulaikha, I. A. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Tekno Karya Nusa (Nujek Banyumas) dalam Mempromosikan Aplikasi Nujek*. (Tesis). Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.

