

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, Y. A., Saptorini, S., & Stevanus, K. (2020). Pentingnya Peran Media Sosial dalam Pelaksanaan Misi di Masa Pandemi Covid-19. *HARVESTER: Jurnal Teologi Dan Kepemimpinan Kristen*, 5(2), 86–104.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., & Telkom, U. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @indtravel). *Jurnal Sositoteknologi*, 3(2), 2349–2358.
- Budiawan, K., Harmono, H. (2020). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 15(1), 37-50.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Doembana, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*.
- Dwivedi, et al. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Dzuliyana, M.A., Irawan, E.P., Saragih, N. (2019). Semiotic Analysis of the Message of Meaning on Pesona Indonesia Advertisement of Pesona Indonesia 2017 Destination Version. *International Journal of Innovative Science and Research Tehcnology*, 4(10), 476-484.
- Fandeli, C. (1995). *Pengertian dan Kerangka Dasar Kepariwisataaan Dalam "Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataaan Alam"*. Yogyakarta: Liberty.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hadisah, R., Faaroek, S. A., Tambunan, R. M., & Heriyanti. (2022). Analysis of Satria Vocational High School Digital Campaign Strategy with Instagram Social Media. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(7), 1411–1430.
- Haydon, J. (2014). *Using POST To Create a Social Media Strategy*.
- Hayes, J. (2018). *How To Use The P.O.S.T Method To Create Your Social Media Plan*.

- Hermawan, A. ., Hartati, A. . (2022). Diplomasi Indonesia dalam Mempromosikan "Wonderfull Indonesia" di Asia Tenggara Tahun 2013-2018. *Kajian Hubungan Internasional*, 1(2).
- Hinterholzer, T., Joos, M. (2017). *Social Media Marketing und-Management im Tourismus*. SpringerGabler.
- Kornelia, *et al.* (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 10 Destinasi Pariwisata Prioritas "Bali Baru" di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 631-648.
- Kotler., Philip. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Mancacaritadipura, G. (2018). Keanekaragaman Pariwisata Indonesia. *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412-421.
- Lawrence, N.W. (2003). *Social Research Methods*. Surabaya: Pearson.
- Li, C., Bernoff, J. (2011). *Groundswell: Winning in A World Transformed by Social Technologies*. Massachussets: Harvard Business Review Press.
- Mancacaritadipura, G. (2018). Keanekaragaman Pariwisata Indonesia. *e-Prosiding Pascasarjana ISBI Bandung*, 1(1), 15-24.
- McCusker, K., Gunaydin, S. (2015). Research Using Qualitative, Quantitative, or Mixed Methods and Choice Based on The Research. *Perfusion*, 30(7), 537-542.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57-63.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pambudi, *et al.* (2020). Strategi Pemulihan Ekonomi Sektor Pariwisata Pasca Covid-19. *Majalah Media Perencana Perkumpulan Perencana Pembangunan Indonesia*, 1(1), 1-21.
- Pemerintah Indonesia. (2014). *PP Nomor 52 Tahun 2014*.
- Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 95-108.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif. *Skrispi*. Repository UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha

- Foodies Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 16–35.
- Rohimah, A., Hakim, L. (2021). Ekologi Media: Penguatan Ekuitas Industri Pariwisata Melalui Media Sosial Marketing. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 99-118.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Syahdana, J. P., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2020). Perencanaan strategi media sosial akun Instagram @peopleattiket oleh PT. Global Tiket Network. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 36.
- Teguh, M., Bungin, B., Wono, H. Y., & Santoso, T. J. (2022). Study of Dual Brand in Indonesia Tourism Communication. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 1.
- Thomas, L., Orme, E., Kerrigan, F. (2020). Student Loneliness: The Role of Social Media Through Life Transitions. *Computers & Education*, 146, 103754.
- Utari, P. (2011). *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Widjanarko, W., Nuryanti, Widodo, B., Marhaeni, D. P., Herutomo, C., Sutikna, N., Prawotojati, P. I., & Novianti, W. (2022). Analysis of Marketing Public Relations of Taman Lazarda Tourism Park in Banyumas, Central Java Province, Indonesia to Increase Tourist Visiting Interest by Means of Social Media. *Webology*, 19(2), 90–97.
- Wimmer, R. (2003). *Mass Media Research an Introduction*. USA: Wadsworth.
- Griffin, E.M. A. (2006). *First Look At Communication Theory*. 6<sup>th</sup> Ed. New York: McGraw Hill.