

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. (2021). Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan.
- Al-Bahrani, A., & Patel, D. (2015). Incorporating Twitter, Instagram, and Facebook in Economics Classrooms. *The journal of Economic Education*, 46(1), 56-67. <https://doi.org/10.1080/00220485.2014.978922>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176-182.
- Arini, D. (2020). Penyuluhan Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Kalangan Remaja Di Desa Way Heling Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Abdimas Universal*, 2(1), 49-53.
- Asmaradewi, Y. (2019). Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro.
- Atiko, Gita. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI. Skripsi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- D.N. Mileva, "Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol.7, no.2, pp.446-452, 2018
- D.R. Nurani, "Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Peningkatan Penjualan Jesse Factory Tulungagung", *Jurnal Benefit*, vol.8, no.2, pp.127-147, Juli 2021
- Finthariasari, M., Febriansyah, E., & Pramadeka, K. (2020). Pemberdayaan masyarakat desa Pelangkian melalui edukasi dan literasi keuangan pasar modal menuju masyarakat cerdas berinvestasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1), 291-298.
- Graha, Satria. (2001). *Hubungan Kebutuhan Rekreasi Manusia*. Yogyakarta : PT Yudhistira.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Muljadi, A.J. (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda
- Nurudin. (2013). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Komunikasi*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah .

- Nevita, S. (2017). Pemanfaatan Media Dalam Promosi Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Pada Disparekrafpora Kabupaten Pesisir Selatan).
- Nugraha, Bangun Nada. (2018). Pengaruh Promosi Online terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Diambil dari: http://digilib.uin-suka.ac.id/33430/1/11730092_BAB%201-IV_DAFTAR-PUSTAKA.pdf (Diakses 8 Maret 2024).
- Oktaresiyanti, S. (2019). "Pengaruh Feed pada Instagram terhadap Citra Diri Mahasiswa," Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- P.H. Phams and B.S. Gammoh "Caracteristics Of Social-Media Marketing Strategy And Customer-Based Brand Equity Outcomes: A Conceptual Model", International Journal of Internet Marketing and Advertisting, vol.9, no.4,pp. 321-337, 2015
- Prisgunanto, Ilham. (2014). Komunikasi Pemasaran Era Digital. Jakarta: Prinsani Cendekia.
- Ramadhan, Fadli Harisa. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. Skripsi.Universitas Riau.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratiko, Anjamani (2003). Seni Budaya dan Ketrampilan Wacana Banjarnegara. Jakarta : PT Sinar Utama
- Rijoly, H. M., & Tuhumury, E. M. (2019). Instagram sebagai alat penilaian ketrampilan berbicara dan strategi peningkatan keterlibatan peserta didik dalam pembelajaran bahasa inggris di kelas 7.1 SMPN 6 Ambon. Jurnal Tahuri, 16(2), 22-34.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D. Alfabeta: Bandung.
- Sari, L. S., & Rahayu, W. P. (2021). Pengembangan media pembelajaran daring berbasis aplikasi instagram untuk mengoptimalkan pembelajaran mata pelajaran komunikasi bisnis pada siswa kelas X SMK Islam 1 Durenan Trenggalek. In Prosiding Seminar Nasional KBK (Vol. 1, No. 4).
- Dian Surya Priambodo. (2019). Peran Media Sosial Instagram Explore Ponorogo Sebagai Saran Promosi Pariwisata di Kabupaten Ponorogo. Skripsi, (Program Studi S1 Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan - Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang.
- Thomas, R. B., Johnson, P. T., & Fishman, E. K. (2018). Social media for global education: pearls and pitfalls of using Facebook, Twitter, and Instagram. Journal of the American College of Radiology, 15(10), 1513- 1516.

Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>

Wirda Fitriani. (2018). Peran Aparatur Gampong dalam Pengelolaan Hutan Adat (Suatu Penelitian di Gampong Ujong Padang, Kecamatan Bakongan Kabupaten Aceh Selatan), Skripsi, (Program Studi S1 Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh), hal: 12.

Yuhandra, E., Akhmaddhian, S., Fathanudien, A., & Tendiyanto, T. (2021). Penyuluhan hukum tentang dampak positif dan negatif penggunaan gadget dan media sosial. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(01), 78-84.

