

DAFTAR PUSTAKA

- (Ed), A. S. (2017). komunikasi di era teknologi digital (kajian ekonomi digital media dan budaya komunikasi). yogyakarta: HIMPENINDO .
- Afifah, M. (2021). *Peran Akun Instagram@ kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya pemulihan industri pariwisata dalam situasi pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22-31.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Bahiyah, C., Riyanto, W. H., & Sudarti, S. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 2(1), 95-103.
- Barker, M., Barker, D., Bormann, N., Roberts, M. Lou, & Zahay, D. (2016). *Social Media Marketing: A Strategic Approach* (2nd ed.).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Cahyono, A. S. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. 140–156. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Dr. Hj. Ipa Hafsiyah Yakin, D. S. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Garut: CV. AKSARA GLOBAL AKADEMIA.

- Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 1–12.
- Kartika, W. A., & Juariyah, J. (2024). Peran Humas dalam Mempromosikan Wisata Edukasi Akbar Zoo di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(2), 11. <https://doi.org/10.47134/jbkcd.v1i2.1919>
- Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi). *Ilmu Komunikasi*, 8.
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Produk. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 139–147.
- Meydiana, M. (2020). VISUAL IDENTITY DESIGN OF KANDRI VILLAGE AND ITS APPLICATION ON PROMOTION MEDIA. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 41-52.
- NapoleonCat.com. (2024, oktober). Instagram users in Indonesia oktober 2024. Retrieved from NapoleonCat.com: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/10/>
- Purnama, Y., Rais, S., Ganiem, L. M., & Hanafiah, A. (2023). Digital Marketing Communication Model of Banyuwangi Tourism. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(4), 506–522. <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i4.6734>
- Salafudin, M. (2019). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi pada taman baca widya pustaka kabupaten pematang (Bachelor's thesis, Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sugiyono, P. D. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF,. bandung: ALFABETA,.
- Syafaah, D., & Ari, G. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram Kecamatan Tulungagung Sebagai Media Informasi Masyarakat. *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), 22–31.

- Tunjungsari, K. R. (2018). Karakteristik dan persepsi wisatawan mancanegara di kawasan Sanur dan Canggu, Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), 108-121.
- Umardi, R. I. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Taman Balekambang Surakarta. *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*.

