

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N. (2022). Pariwisata Susur Sungai Banjarmasin Dengan Membangun Kebersamaan Antar Dosen dan Mahasiswa Pendidikan IPS.
- Hidayah, N., Sopian, T., Nauval, A. M., Ikwardani, F. N., Fausta, F. D., Putri, I. S., & Annazly, M. H. (2021). Strategi Pemasaran Media Sosial Destinasi Pariwisata Menggunakan Pendekatan SOSTAC: Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Lebak, Banten. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 5(2), 57-75.
- Irawan, W., Anita, A. S., Pidu, Y. M., Gerungan, R. A., & Asiah, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Wisata Puncak Pinus Desa Dulamayo Selatan Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 79-86.
- Jamaludin, A. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1).
- Mahardika, E., & Aji, G. G. (2018). Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Promosi Pariwisata (Studi Kasus Pada Kota Wisata Batu). *The Commercium*, 1(2).
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(2), 741-773.
- Nugraha, G. S., Wijaya, I. G. P. S., Bimantoro, F., Husodo, A. Y., & Aranta, A. (2021). Penyuluhan Penggunaan Sosial Media Untuk Kepariwisata Desa Batulayar, Kabupaten Lombok Barat, NTB. *Jurnal Begawe Teknologi Informasi (JBegaTI)*, 2(1).
- Nurjanah, N. (2018). Pemanfaatan media sosial masyarakat sadar wisata dalam mempromosikan potensi wisata baru. *Medium*, 6(2), 39-50.
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Sandboardi

- Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74- 94.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Purba, H., & Irwansyah, I. (2022). User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 9(2), 229-238.
- Purnomo, A., & Ahmad Muhibbin, M. (2018). Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pariwisata di kabupaten karanganyar (studi analisis deskriptif kualitatif pada akun instagram@ explorekabkaranganyar) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing. Surentu, Y. Z., Warouw, D. M., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4).
- Sahputri, E. D., Sarah, S., Ananda, A. A., Kusuma, R. D., Nurhayati, F. H., & Muthalib, S. A. (2023). Pengelolaan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Digital pada Pengembangan Pariwisata Halal di Gampong Keude Unga. *Jurnal Riset dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 196-206.
- Soeswoyo, D. M., Dewi, L., & Asaparini, P. S. (2018). Promosi melalui media sosial berbasis partisipasi masyarakat dan peranannya dalam pariwisata kota. *Jurnal Pariwisata*, 5(2), 156-64.
- Sulthan, M. (2017, October). Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Purbalingga (Studi Pada Analisis Komunikasi Pariwisata Berbasis Digital). In *Prosiding Seminar Dan Call for Paper* (pp. 215-224).
- Umami, Z. (2015). Social strategy pada media sosial untuk promosi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 195-201.
- Widaswara, R. Y., & Pramana, I. B. K. Y. (2022). Difusi Inovasi dan Adopsi Media Sosial Sebagai Media Komunikasi di Era Pembelajaran Daring. *Communicare*, 3(1), 21-30.