

DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, & Sumarhadi. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi.
- Almunawaroh, Aisyah, & Djamhur, I. G. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial TikTok Terhadap Minat Berkunjung Ke Museum Nasional Indonesia. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, Vol. 3.
- Aqila, F., & Ardina, M. (2021). YouTube Approach Sebagai Media Pembelajaran Komunikasi Digital Preschool di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Audiens*, 2(2), 166–173.
- Ariyani Sofia, L., Hidayat, A. S., Zain, M. A., & Studi Agrobisnis Perikanan, P. (2020). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. Boston: McGraw-Hill.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. California: Pine Forge Press.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen Dalam Komunikasi. *Al-Idarah*, 5(6), 76–86.
- Herlina, N., & Lubis, E. E. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kaye, M. (1994). *Communication Management*. Australia: Pretince Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Khotimah, W. Q., & Agustini, V. D. (2023). Membuat Konten Lingkungan Hidup di Media Sosial Untuk Mengembangkan Potensi Wisata Pulo Geulis Kota Bogor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kalam*, 2(4), 286–292.
- Lestari, Y. E. (2022). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media promosi produk kecantikan Wardah. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J SIKOM)*, 3(2), 81–93.
- Listiana, H., et al. (2024). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Promosi Wisata Puncak Ratu di Desa Tebul Barat. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora*, 5(4), 21–28.
- Martha, A., Suri, A., Putri, Y. R., & Sari, Y. N. (2024). Pengertian Komunikasi, Komunikasi Antarbudaya dan Sistem Komunikasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 50356–50365.
- Mery, D., Nurfadillah, N., & Yulianti, R. (2024). Membangun brand UMKM melalui konten kreatif dan efektif menggunakan TikTok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UNAMA*, 3(1), 51–58.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2018). *Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial*.
- Prayogo, R. R., & Febrianita, R. (2018). Literature Review: Pengembangan Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan Di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 1–7.
- Rabudi. (2024). Partisipasi Generasi Muda Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Desa Bulucina Melalui Media Sosial.
- Redtreeasia.com. (2018). *Apa Itu Digital Marketing: Pengertian dan Konsep Dasarnya*.
- Riki, R., Kremer, H., Suratman, S., Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto, H. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98–105.

- Safira, C., & Pujiastuti, R. B. N. (2023). Manajemen Komunikasi Ormas Lindu Aji Melalui Media Sosial Dalam Membangun Public Trust. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(1), 26–43.
- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarsono, B. (2017). Memahami dokumentasi. *Acarya Pustaka: Jurnal Ilmiah Perpustakaan dan Informasi*, 3(1), 47–65.
- Swasta, B., & Irawan, A. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Kedua). Andi.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan menginap di OS Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62–70.
- Terry, G. R. (1977). *Principles of Management*. Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi Keempat). Andi.
- Tommy, S. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Media Presindo.
- Yanar Zuhairtia Adila. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Museum Dewantara Kirti Griya Di Masa Pandemi. *Program Studi S-1 Tata Kelola Seni, Institut Seni Indonesia Yogyakarta*.

Universitas Bina
Dharma

