

DAFTAR PUSTAKA

- Akasse, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi promosi pariwisata melalui media sosial dalam meningkatkan pengunjung di desa wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52-60.
- Ayuningtyas, A. S. (2019). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pengunjung Kampung Tridi (Tiga Dimensi) Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing*. Fasilitas Wisata Dan Citra.
- Cholil, A. M. (2021). *150 Brand Awareness Ideas*. Anak Hebat Indonesia.
- Creswell, J. D., Pacilio, L. E., Lindsay, E. K., & Brown, K. W. (2014). *Brief mindfulness meditation training alters psychological and neuroendocrine responses to social evaluative stress*. *Psychoneuroendocrinology*, 44, 1-12.
- Creswell, J. W. (2015). *Revisiting mixed methods and advancing scientific practices*.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi industri kuliner di yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun tiktok javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Firdaus, M. R. Y. (2019). Analisis Dikursus Madura Dalam Akun Instagram@ExploreMadura. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(1).
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, N. (2023). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, 2(2), 144-156.
- Marta, R., & Havifi, I. (2020). Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 102-112.

- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Muhammad Afdhal, R. P. Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kampung Akrilik Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 102-107.
- Patiung, D., Alwi, B. M., Magfira, P., Alfiah, N., Salsabila, R., & Alawiyah, T. (2019). Strategi Manajemen Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Pada Satuan Paud. *NANAEKE: Indonesian Journal of Early Childhood Education*, 2(2), 129-134.
- Patzer, R., McPherson, L., Redmond, N., DuBay, D., Zayas, C., Hartmann, E., . . . Arriola, K. (2019). A Culturally Sensitive WebBased Intervention To Improve Living Donor Kidney Transplant Among African Americans. *Kidney International Reports*, 4(9), 1285-1295.
- Prakoso, A. S., & Iskandar, B. P. (2015). The role of instagram post type towards audience engagements. *Journal of Business and Management*, 4(7).
- Putri, E. K. D., Haryati, R., & Firdaus, T. R. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Puncak Lawang Agam. *Matua Jurnal*, 4(2), 387-396.
- Riri Anggraini, & Nidia Wulansari. (2024). Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention Di Daya Tarik Wisata Linggai Park Maninjau Kabupaten Agam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 114-125. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2713>
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan media sosial Instagram Haloa Cafe sebagai komunikasi pemasaran online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177-190.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83-88.
- Syahputro, E. N. (2020). Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial. *Caremedia Communication*.
- Tisa, M. (2019). Media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi objek wisata. *Tadbir*:

Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidimpuan, 1(2), 245-262.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *PRofesi humas*, 3(1), 102-119.

Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI DESA PERKEBUNAN BUKIT LAWANG. *Jurnal Pariwisata*, 11(1).