

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, N. (2021). Efektivitas Youtube Sebagai Media Penyebarluasan Informasi dan Berita (Studi Pada Makassar TV)
- Afifah, M. (2021). Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan.
- Al-akbar, F. F. M., & Widiana, M. E. (2022). PENINGKATAN POTENSI WISATA BATAS KAMPUNG DAN BAKTISOSI ALMASYARAKAT. *Prologia*, (2), 1468.
http://ejournal.lppm.ubhara.id/index.php/jurnal_abdi/article/view/240/235
- Ariyanti, Kesbi, F. G., Tari, A. R., Siagian, G., Jamilatun, S., Barroso, F. G., Sánchez-Muros, M. J., Rincón, M. Á., Rodríguez-Rodríguez, M., Fabrikov, D., Morote, E., Guil-Guerrero, J. L., Henry, M., Gasco, L., Piccolo, G., Fountoulaki, E., Omasaki, S. K., Janssen, K., Besson, M., ... A.F. Falah, M. (2021). UPAYA PROMOSI PARIWISATA PANTAI LIMAN DENGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansantau). *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 4(1), 1–2.
- Asmaradewi, Y. (2019). Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro
- Disbudpar.jatimprov.go.id. <https://disbudpar.jatimprov.go.id/>
- Fauziah, R., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikatio*, 4(1), 27–40.
<https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1210>
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung
- Kotler, P. ; K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mafulla, D. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *El-Idarah (Jurnal Manajemen)*, 1 no 2, 1–8.
- Mafiroh, F. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun*

@tamanwisatagenilangit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit.

Meybella, R. (2020). Pengaruh Kredibilitas Selebgram (Selebriti Instagram) Endorse @joviadhiguna dalam Mempromosikan Pond's Instabright Glow Up Cream Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswi di Kota Surabaya. UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR.

Nasrullah, R. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nevita, S. (2017). *Pemanfaatan Media Dalam Promosi Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Pada Disparekrappora Kabupaten Pesisir Selatan).*

Panjawa, J. L., & Prakoso, J. A. (2019). Perspektif Masyarakat Terkait Penyediaan Taman Kota Sebagai Ruang Publik Menggunakan GAP Analisis (Studi Kasus Taman Balekambang Surakarta).

Pratiwi, A. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @cgmbogor_fest

Purnomo, A. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Kabupaten Karanganyar (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Explorekabkaranganyar.*

Salafudin, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca WIDYA PUSTAKA Kabupaten Pemalang. Kompasiana.Com.

Sekar, D. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.

Sekar, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)

Sholahuddin, M. (2022). Wisata Batas Kampung Surabaya Terlahir Berkat Semangat Gotong Royong. Jawapos.Com.
<https://www.jawapos.com/surabaya-raya/01400834/wisata-batas-kampung-surabaya-terlahir-berkat-semangat-gotong-royong>

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : ALFABETA.

Vera, N. (2016). Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2019). Digital Marketing (N. A. Fransiska (ed.)). PT. Literindo Berkah Jaya.