

Daftar Pustaka

- Akbar, F., Abdillah, Y., & Topowijono, T. (2017). PENGARUH BAURAN PROMOSI PARIWISATA TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN (Studi Pada Kediri Water Park Kabupaten Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 45(1), 87834.
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2). <https://doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>
- K, D. I. (2015). PENGARUH PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN KONSUMEN PADA PRODUK INTERNASIONAL (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). 24(1), 1–9.
- Manafe, J. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (n.d.). (2016) PEMASARAN PARIWISATA MELALUI STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA ALAM , (Studi Kasus di Pulau Rote NTT).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Rachmayanti, M., & Rina, N. (2018). ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA (STUDI KASUS PADA PARIWISATA KABUPATEN PURWAKARTA). 2, 1–17.
- Romadhan, M. I., & Rusmana, D. S. A. (2017). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat. *Prosding Seminar*, 85–90.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>
- Tasruddin, R., Pengajar, S., Jurusan, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., & Komunikasi, D. (2017). Tren Periklanan Di Media Sosial (Ramsiah Tasruddin) TREN PERIKLANAN DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Komodifikasi*, 5, 1–20.
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., & Sarasvati, S. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z Di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32659/tsj.v4i1.46>