

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @Lcheesefactory terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(1), 1–11. Diambil dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/26433/25556>
- Bisri, M. M. H., & Pitoyo, P. (2022). Konten Marketing Instagram dan Brand Image pada Minat Penggunaan Jasa Perencana Keuangan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 190–205. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1894>
- Fajriani, N. (2024). *Analisis Strategi Konten Promosi pada Media Sosial Tiktok @Pointcoffeeid* (Universitas Semarang). Universitas Semarang. Diambil dari <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2019/G.331.19.0127/G.331.19.0127-15-File-Komplit-20240802061315.pdf>
- Faridani. (2022). *Analisis Pengembangan Objek Wisata Religi dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Babussalam Besilam Kabupaten Langkat)* (UIN Sumatera Utara). UIN Sumatera Utara. Diambil dari <http://repository.uinsu.ac.id/20937/>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Haddad, M. (2024). *Penggunaan Instagram sebagai Media Trend Fashion Mahasiswa*. IAIN Kendari.
- Hafidz, A., Rosihan, F. F., Ferawati, H., Nafila, H., Tsaabita, G. B., & Ediyono, S. (2024). Pendekatan Ekologi: Relevansi Mitos Onggoloco dalam Pengelolaan HUTan Berkelanjutan di Jawa. *Kulturistik: Jurnal Ilmu Bahasa dan Budaya*, 8(2), 84–91. Diambil dari <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/kulturistik/article/view/9826/5829>
- Harira, S. (2020). *Strategi Pengembangan Kampung Wisata Tenun Berbasis Community Based Tourism* (Institut Teknologi Kalimantan). Institut Teknologi Kalimantan. Diambil dari <https://repository.itk.ac.id/3948/>

- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(0), 1–23.
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis *Engagement Rate* Pada Instagram Universitas Lancang Kuning. *ZONasi: Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 390–399. <https://doi.org/10.31849/zn.v6i2.17904>
- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. Diambil 16 Mei 2025, dari datareportal.com website: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran *Digital* sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1–13. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/38118/34843>
- Lindasari, Y. (2020). *PENGEMBANGAN KREATIVITAS ANAK TUNAGRA DI SLBN 3 KOTA BENGKULU*. Retrieved from http://repository.iainbengkulu.ac.id/5832/1/skripsi_yuniarti_pdf.pdf
- Nurhasanah, N., & Kanda, A. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Masyarakat. *Intelletika : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 33–39. <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.922>
- Nurrisa, F., Hermina, D., & Norlaila. (2025). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP)*. 02(03), 793–800.
- Peristiwo, H. (2022). *Manajemen Strategik Pariwisata Halal di Kota Serang* (UIN Walisongo Semarang). UIN Walisongo Semarang. Diambil dari https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/25322/1/Disertasi_1800029021_Hadi_Peristiwo.pdf

- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. Diambil dari <https://ejournal.unib.ac.id/jsn/article/view/27262>
- Tholibin, I., Mas'ut, & Adisaputro, S. E. (2024). Analisis Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Branding Wisata Jolotundo Glamping And Edu Park Nganjuk. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 199–210. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.1143>
- Undang-undang Negara Republik Indonesia. (2009). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009. tentang Kepariwisataaan*. Diambil dari [https://peraturan.bpk.go.id/Download/27864/UU Nomor 10 Tahun 2009.pdf](https://peraturan.bpk.go.id/Download/27864/UU%20Nomor%2010%20Tahun%202009.pdf)
- University, A. P. (2024). *Social Media Impact: How Social Media Sites Affect Society*. Retrieved from <https://www.apu.apus.edu/area-of-study/business-and-management/resources/how-social-media-sites-affect-society/>
- Widjanarko, P., Wahyutama, Yusuf, K., Utami, A. B., Purbaningrum, D., Alfiah, J., ... Wahyuti, T. (2023). *Ragam Nuansa Literasi Media*. Depok: PT Rekacipta Proxy Media.
- 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), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21228>

Intelligentia - Dignitas