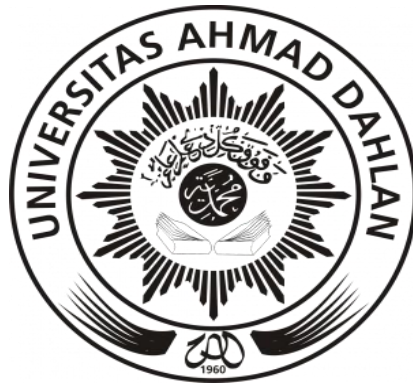


**PEMANFAATAN MEDIA DARING INSTAGRAM KOMUNITAS MUARA
TEWEH DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI PARIWISATA DAERAH**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan



Disusun Oleh:

TUNGGAL RAJA FRATAMA JAYA

1500030275

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA BUDAYA DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
2019**

INTISARI

Strategi pemasaran merupakan salah satu metode yang berasal dari promosi dimana fungsi dari promosi adalah unntuk menarik ataupun membujuk konsumen atau pengguna produk untuk tertarik menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Strategi promosi yang dilakukan akun-akun Instagram komunitas Muara Teweh untuk mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada dikota Muara Teweh kabupaten Barito Utara provinsi Kalimantan Tengah dan bekerjasama dengan dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Barito Utara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan media Instagram untuk mempromosikan potensi wisata dan keefektifan penggunaan media Instagram sebagai Strategi Promosi.

Metode yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian berada dikantor Dinas Pariwisata kota Muara Teweh yang berada di Jl. Tumenggung Surapati, Kelurahan Melayu, Kecamatan Teweh Tengah, Kabupaten Barito Utara, Provinsi Kalimantan Tengah kode pos 73811 serta dirumah Admin-admin akun Instagram dan rumah peneliti. Perolehan data dari penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis data kualitatif dan diuji dengan metode triangulasi sumber data dengan membandingkan hasil wawancara dari perwakilan dinas pariwisata, perwakilan admin akun Instagram @infomtw, @seputarmuarateweh, @exploremtw dan beberapa pengikut akun Instagram sekaligus pengunjung tempat wisata kabupaten Barito Utara.

Hasil penelitian ini adalah peneliti dapat mengetahui keefektifitasan penggunaan media Instagram untuk mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada dikota Muara Teweh. Strategi promosi ini dinilai berjalan lancar karena adanya respon positif dari pengguna Instagram lainnya. Dinas pariwisata pun bisa dengan mudah mengetahui minat dan masukan dari masyarakat yang telah berkunjung ketempat wisata tersebut.

Kata kunci: Strategi Promosi, Media Daring, Potensi Wilayah

ABSTRACT

Marketing strategy is one of the methods that derived from the promotion which is the function of promotion is to attract or persuade consumers or product users to be interested in using the services or products offered. Promotion strategy carried out by Instagram accounts of Muara Teweh Community to promote tourist attractions in the city of Muara Teweh, North Barito district, Central Kalimantan province and in collaboration with the Culture, Tourism, Youth and Sports department of North Barito Regency. The purpose of this study is to determine the use of Instagram as online media to promote tourism potential and the effective use of Instagram as a Promotion Strategy.

The method used by researcher in this study is a qualitative research method. The location of the study is in the office of the Tourism Office of the city of Muara Teweh located on Jl. Tumenggung Surapati, Malay Village, Central Teweh Subdistrict, North Barito Regency, Central Kalimantan Province postal code 73811 as well as at home Admin @ Instagram account and home researcher. The data obtained from this study were collected from observations, interviews, and documentation. The data analysis technique used by researcher is a qualitative data analysis technique and was tested using the triangulation method of data sources by comparing the results of interviews from representatives of the tourism department, representatives of Instagram account @infomtw, @seputarmuarateweh, @exploremtw, and several followers of the Instagram accounts as well as visitors to the North Barito district tourist attractions.

The result of this study is the researcher can find out the effectiveness of using Instagram media to promote tourist attractions in the city of Muara Teweh. This promotion strategy is considered to run smoothly due to positive responses from other Instagram users. The tourism office can easily find out the interests and input of people who have visited the tourist sites.

Keywords: Promotion Strategy, Online Media, Regional Potential

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari banyak pulau dan memiliki banyak keindahan alam serta tempat-tempat wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata. Letak geografis Indonesia yang memiliki sumber daya alam dan pesona keindahan alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan nasional.

Kota Muara Teweh merupakan salah satu kota di provinsi Kalimantan Tengah yang menjadi kawasan pengembangan pariwisata karena memiliki banyak potensi pariwisata yang menarik. Sektor pariwisata di kota Muara Teweh yaitu meliputi sektor pemandangan dan tempat liburan keluarga yang menyajikan pesona keindahan alam yang berpadu dengan keragaman budaya, kesenian, sejarah maupun kuliner yang ada di kota Muara Teweh. Di kota Muara Teweh pernah terdapat benteng peninggalan Belanda. Lokasinya dulu terletak pada lokasi Markas Kepolisian Resor (Malpores) Barito Utara yang sekarang. Di pinggiran sungai Barito ini terdapat pula terlihat rumah-rumah apung yang dalam bahasa setempat disebut *rumah lanting*.

Di era global seperti sekarang ini sangatlah mudah mendapatkan informasi, karena adanya koneksi jaringan internet jadi kita dapat mengakses informasi apa pun selama masih terkoneksi jaringan internet. Media sosial merupakan salah satu *platform* untuk berbagi informasi antara seseorang dengan orang lain. Dimana masyarakat sekarang lebih tertarik mencari informasi melalui media sosial populer tersebut. Menurut Goodman (dalam Martinez et al., 2014) menyatakan bahwa media sosial tersebut telah memberikan kontribusi untuk mengungkap pentingnya fotografi digital sebagai sarana ekspresi dan komunikasi, tidak hanya dikalangan teman-teman dan keluarga, tetapi juga pada orang asing.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas , rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana Pemanfaatan Media Daring Instagram Komunitas Muara Teweh dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Mengetahui Pemanfaatan Media Daring Instagram oleh Komunitas Daring Seputar Muara Teweh di kota Muara Teweh Kalimantan Tengah dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan ilmu dan pemahaman serta juga menjadi aplikasi ilmu pengetahuan yang telah di dapatkan selama perkuliahan.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak – pihak yang mempunyai perhatian dalam kepariwisataan dan perkembangannya dan bagi instansi kepariwisataan diharapkan dapat memberikan saran dalam pengembangan pariwisata di Kota Muara Teweh.

E. Limitasi Penelitian

Limitasi penelitian atau biasa disebut batasan dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus, berdasarkan dari identifikasi masalah yang muncul, maka peneliti membatasi penelitian ini pada suatu masalah agar pembahasan lebih

terfokus dan terarah. Peneliti menitik beratkan penelitian pada masalah strategi pemanfaatan media daring Instagram komunitas Muara Teweh dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah.

F. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Sebelumnya

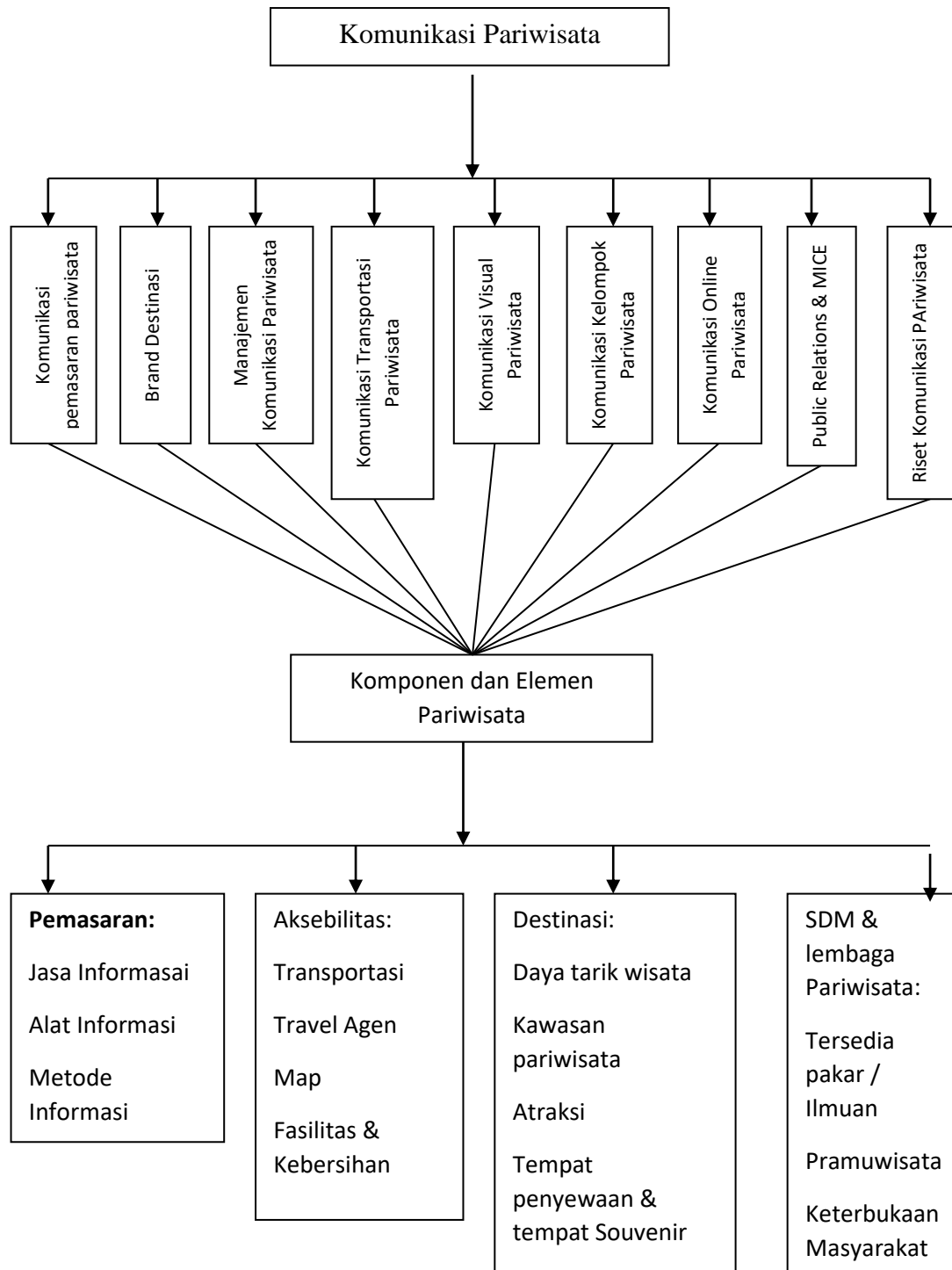
Meninjau dari penelitian sebelumnya yaitu:

- a) penelitian dari *Agus Purnomo* dengan penelitian yang berjudul *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Kabupaten Karanganyar*, Dari hasil penelitian bagaimana pemanfaatan Instagram yang merupakan salah satu media sosial untuk mengembangkan komunikasi Pariwisata.
- b) *Agus Sukoco* penelitian yang berjudul *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Kebun Buah Mangunan (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Instagram @kebunbuahmangunanbantul)* , Dari hasil penelitian ini bagaimana pemanfaatan Instagram yang merupakan salah satu media sosial untuk menjadi media promosi Pariwisata.

2. Landasan Teori

Teori-teori yang digunakan yaitu teori yang membahas tentang pengertian komunikasi, Definisi Pariwisata, Komunikasi Pariwisata, Kajian Pariwisata dan Komponen Elemen Pariwisata.

G. Kerangka Pemikiran



H. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berlokasi di kota Muara Teweh dan tempat-tempat wisata, Kecamatan Teweh Tengah, Kabupaten Barito Utara, Provinsi Kalimantan Tengah kode pos 73811, serta di rumah perwakilan admin akun Instagram dan rumah peneliti karena peneliti mewawancarai followers akun Instagram di rumah peneliti. Subjek dalam penelitian ini adalah dari dinas pariwisata di bidang pengelola & peng-input data dinas pariwisata yaitu Ibu Hj. Herni Purwanti, S. Pt dan para admin akun Instagram komunitas Muara Teweh atau juru bicara komunitas daring dari akun komunitas Muara Teweh dan beberapa *followers* akun Instagram, sedangkan objeknya yaitu bentuk pemanfaatan fitur-fitur Instagram dalam promosi terhadap objek wisata di kota Muara Teweh.. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian divalidasi dengan menggunakan triangulasi sumber data.

BAB II

DESKRIPSI UMUM

A. Kabupaten Barito Utara Kota Muara Teweh

Visi

Terwujudnya percepatan pembangunan di berbagai bidang serta peningkatan Ekonomi masyarakat secara berkeadilan menuju Kabupaten Barito Utara yang lestari dan sejahtera.

Misi

1. Memfokuskan pada percepatan pembangunan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang berbasis keunggulan lokal mendorong laju investasi, pembangunan infrastruktur yang memadai serta pembangunan yang memperhatikan keserasian ruang.
2. Meningkatkan akses dan mutu layanan Pendidikan, Kesehatan, Perijinan dan penyiapan lapangan kerja dalam rangka pemberantasan kemiskinan.
3. Mengembangkan Manajemen Pengelola Sumber Daya Alam seperti Pertambangan, Kehutanan, Perkebunan, dan Pertanian. Serta potensi lainnya kearah yang lebih baik secara terintegrasi dan lestari demi kepentingan kemakmuran rakyat sesuai skala prioritas berbasis ilmu pengetahuan sesuai tuntutan kebutuhan lokal dan nasional.

4. Memantapkan pelaksanaan pembangunan berdasarkan budaya kearifan lokal, toleransi kultural, kerukunan antara umat beragama, suku ras, maupun golongan.

B. Komunitas Muara Teweh

Komunitas Muara Teweh adalah komunitas yang dibuat oleh masyarakat kota Muara Teweh. Komunitas ini terbentuk oleh adanya tujuan yang sama yaitu untuk memperkenalkan ataupun memberikan informasi tentang seputar kota Muara Teweh. Komunitas ini beranggotakan dari kalangan anak-anak sekolah hingga orang-orang dewasa.

1) Komunitas Seputar Muara Teweh (@seputarmuarateweh)

Komunitas Seputar Muara Teweh adalah komunitas yang memberikan informasi tentang seputaran kota Muara Teweh seperti berita yang trend di kota muara teweh, mengiklankan produk seperti tempat jualan , kafe dan lainnya yang ada di kota Muara Teweh, dan informasi lain mengenai Muara Teweh. Komunitas ini beranggotakan orang-orang yang mudah memiliki konektivitas dan mudah bernegeosiasi dengan orang banyak ataupun dengan produsen untuk mendapatkan dan memberitahukan informasi yang diinginkan.

2) Komunitas Explore Muara Teweh (@exploremtw)

Komunitas Explore Muara Teweh adalah komunitas yang memberikan informasi tentang tempat-tempat wisata yang ada di kota Muara Teweh mau itu tempat wisata lama ataupun tempat wisata baru yang ditemukan di Kota Muara Teweh.

3) Komunitas Info Kota Muara Teweh (@infomtw)

Komunitas Info Kota Muara Teweh adalah komunitas yang memberikan informasi tentang kota Muara Teweh. Kontennya hampir sama dengan komunitas dari Seputar Muara Teweh, tapi komunitas Info kota Muara Teweh lebih sering memberikan informasi-informasi tentang kota kota Muara.

C. Potensi pariwisata Kota Muara Teweh

Ada banyak potensi pariwisata yang ada di kota Muara Teweh. Di kota Muara Teweh banyak sekali tempat wisata Air Terjun dan juga wisata penjelajahan hutan, sehingga tempat wisata ini cocok dengan orang yang hobinya berpetualang di alam bebas. Selain itu wisata untuk rekreasi keluarga juga ada seperti wisata danau dan bendungan.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian diatas didapatkan data dari pengumpulan teknik Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi dari para informan atau Narasumber. Tujuan dari pembuatan akun Instagram berawal dari melihat akun lain dan trend untuk mem-posting foto di lokasi wisata serta memberikan informasi kepada masyarakat tentang tempat-tempat wisata. Selain mem-posting pembuatan akun Instagram ini juga menjadi salah satu media promosi dan pemasaran dibidang budaya dan pariwisata.

Setelah dibuatnya akun Instagram oleh komunitas Muara Teweh banyak sekali masyarakat yang antusias dan tertarik. Dengan memberikan dukungan berupa tag foto, hastag foto, komentar di foto, serta like pada foto membuat akun-akun Instagram semakin berkembang hingga sekarang.

Minat dari masyarakat dengan akun Instagram. Minat masyarakat sangat antusias dan senang, karena mereka bisa mengupload foto pada saat perjalanan dan berpeluang untuk dire-post oleh akun Instagram dengan cara men-tag atau mencantumkan hastag pada akun-akun tersebut. Selain menggunakan tag dan hastag pengguna yang fotonya ingin dire-post bisa melakukan DM atau *Direct message* kepada admin Instagram. Selain berpeluang untuk diupload ulang masyarakat juga membantu memberikan informasi dan memasarkan tentang tempat-tempat wisata.

Bagaimana dampak dari pembuatan akun Instagram untuk masyarakat dan Dinas pariwisata kota Muara Teweh kabupaten Barito utara. Dampak yang diterima oleh masyarakat sangat banyak pertama untuk masyarakat sekitar lokasi budaya dan tempat wisata. Mereka terbantu dibidang perekonomian karena masyarakat yang berada dikawasan itu kebanyakan penjual makanan dan minuman.

Lalu untuk masyarakat yang hobi jalan-jalan atau yang penyuka kawasan sejarah dan suka diposting di media sosial terutama di Instagram akan sangat terbantu dengan kegiatan re-post dari akun Instagram komunitas Muara Teweh. Dimana apabila foto telah di-repost atau telah diunggah ulang maka akun Instagram akan men-tag akun pengguna yang fotonya telah di-repost dan keuntungan dari itu maka kemungkinan akun tersebut follower atau pengikutnya bertambah.

Untuk dinas pariwisata banyak sekali dampak positif yang didapat. Dinas pariwisata bisa mengetahui feedback atau masukan dari masyarakat yang berkomentar di foto yang diupload di akun Instagram. Dimana dari hasil wawancara yang saya dapat, masyarakat masih berpikiran bahwa untuk memberi masukan langsung ke dinas mereka malas untuk mengurus surat dan bahkan harus menunggu survey dari dinas dulu.

Apabila masyarakat memberi masukan dikomentar foto yang diupload oleh akun Instagram dan banyak pengguna yang menyukai komentar tersebut, maka dapat disimpulkan banyak wisatawan juga merasa perlunya masukan tersebut. Selain feedback, dinas pariwisata juga terbantu dengan pemasaran dan promosi dari akun

Instagram. Dimana penggunaan media Instagram ini menggunakan pengeluaran dana yang sangat kecil dimana hanya bermodalkan Handphone atau komputer sebagai media dan penggunaan kuota internet dan jaringan wifi untuk konektivitasnya.

Selain itu masyarakat juga menjadi bagian promosi dan pemasaran secara tidak langsung dengan cara mengupload foto-foto di tempat budaya dan juga tempat wisata yang ada di kota Muara Teweh kabupaten Barito Utara.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada bab ini, peneliti akan menyimpulkan mengenai pemanfaatan media daring Instagram Komunitas Muara Teweh dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah.

Kesimpulan ini diperoleh setelah melakukan pengumpulan data dan telah menyajikannya dalam hasil penelitian serta menganalisis data-data tersebut di dalam pembahasan. Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi budaya dan pariwisata oleh komunitas Muara Teweh berjalan dengan sangat baik dalam memenuhi komponen dan elemen pariwisata serta untuk menarik wisatawan

2. Model komunikasi yang terbentuk adalah Model Harold Lasswell yang menguraikan tentang *who say what, in which channel, to whom* dan *with what effect*.
3. Dengan promosi melalui media Instagram kawasan daerah wisata kabupaten Barito Utara tepatnya dikota Muara Teweh jadi lebih dikenal masyarakat luas dengan Brand Destinasi “ITAH TEWEH”.
4. Alasan penggunaan Instagram dalam mempromosikan wisata kabupaten Barito Utara dikota Muara Teweh karena Instagram merupakan media yang sedang *trend* dan populer pada saat ini dan merupakan media jejaring sosial berbasis foto dan video, serta memiliki fitur yang mendukung untuk bisa dimanfaatkan sebagai media promosi pariwisata kabupaten Barito Utara kota Muara Teweh dalam memaksimalkan Komunikasi Online Pariwisata.
5. Untuk mendukung Komunikasi Visual Pariwisata dan Komunikasi Online Pariwisata maka fitur-fitur Instagram yang di manfaatkan di dalam media Instagram adalah Sharing, Hastag, Repost, Searchtagram, Findergram, Geolocation, dan Instastory.
6. Berdasarkan jenis-jenis fitur-fitur dalam akun Insagram tersebut, maka jenis fitur yang sering digunakan adalah fitur Sharing foto dan hastag foto .

7. Memudahkan pihak dinas pariwisata untuk mengetahui masukan-masukan dan pendapat-pendapat dari masyarakat terhadap pelayanan dan fasilitas yang ada dikawasan tempat budaya atau tempat wisata.
8. Penggunaan dana sedikit dalam menggunakan media promosi Instagram.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran untuk mengatasi masalah yang ada. Adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya suatu tempat pariwisata membuat akun Instagram khusus untuk tempat wisata tersebut. Dimana pada akun Instagram tersebut kontennya lebih membahas tentang tempat wisata itu dan memberikan informasi yang lebih detail tentang tempat wisata tersebut dan diharapkan semua tempat pariwisata yang ada dikabupaten Barito utara kota Muara Teweh untuk membuat akun tersebut sehingga mempermudah wisatawan yang ingin mencari informasi tentang tempat wisata yang ada di kota Muara Teweh dan supaya masyarakat lebih mudah untuk mencari informasi yang berkaitan dengan tempat-tempat wisata dan tempat-tempat budaya tersebut.
2. Sebaiknya dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga kabupaten Barito Utara kota Muara Teweh lebih bekerjasama dengan Admin akun Instagram @infomtw dan akun Instagram yang kontennya membahas tentang pariwisata supaya dengan cepat mengetahui masukan-masukan ataupun pendapat-pendapat dari masyarakat terhadap pelayanan maupun fasilitas-fasilitas yang ada dikawasan wisata ataupun dikawasan budaya tersebut.

3. Diharapkan selain bekerjasama dengan Akun Instagram, dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga bekerjasama dengan biro perjalanan untuk mempromosikan obyek wisata yang ada dikota Muara Teweh

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto. D. E. (2007). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ara, C. S., Paulo, L., Corr[^], D., Paula, A., Prates, R. O., & Jr, W. M. (2014). It is not just a picture: Revealing some user practices in Instagram, (May)
- Atmoko. B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, Burhan (2015). *Komunikasi Pariwisata: Tourism Communication Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana
- Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fuad. M., H., C., Nurlala, Sugiarto, & Y. E. F, P. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Martketing*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hiram, T., Winnie, W. P. M., Ernest, C. de R., & Sally, L. Y. C. (2015). *Beliefs about the Use of Instagram : An Explolatory Study* (January)
- Inas, M. (2004). *Kalimantan Membangun Alam dan Kebudayaan*. Muara Teweh. Pujung dan Konut Tanah Siang

- John, L. (2009). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika
- Komputindo, E. M. (2008). *Membangun Komunitas Online Praktisgratis*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- McQualil, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mitchell, J. (2017). *Instagram Marketing for Beginners: How to make 10.000\$ per month*. Australia: Lizard Publishing.
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Suatu Pengantar: Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oktavia, M. (2008). *Pengantar Pemasaram Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Robbins, Stephen, Mary Counter (2009) *Managemen* , Edisi Delapan. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Zebua, M. (2016). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublisher.

Web :

Company. I. (2017. 12 04). *Our Story*. Retrieved from
<http://imstagram.com:https://instagram-press.com/our-story/>

DISBUDPARPORA KABUPATEN BARITO UTARA

<http://disbudparporabarut.blogspot.com> diakses pada tanggal 1 juli 2019
pukul 14:33

Fatanti, M. N., & Sudyadnya, I. W. (2015). *Beyond User Gaze: How Instagram Creates Tourism Destination Brand*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 211, 1089-1095. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.145>

Martinez, M. P. L., Berrozpe, T. I., & Lasarte, M. P. (2014). *Image-focused social media for a market analysis of tourism consumption*. *International Journal of Tecnology Management*, 64(1), 17.
<http://doi.org/10.1504/ITJM.2014.059234>