

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Army, P. F. (2021). *Upaya Pengembangan Wisata Kota Tanjungpinang Sebagai Daya Tarik Wisata di Era New Normal*. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata* Vol. 2 , No. 2 Maret .Badan Pusat Statistik Gunungkidul.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata pariwisata dan pariwisata Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia group.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pariwisata*. Jakarta: Erlangga.
- Puntoadi, Danis. (2012) *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Sulaksana. (2007). *Intergrated Marketing Communication*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing. 7th ed.* London: Pearson Education.
- Arniawati, A., Sutrisno, I., & Rochayanti, C. (2015). *Kajian Komunikasi Pemasaran Badan Pengelola Desa Wisata Bobung dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 96-108. Diakses dari (<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1452>)
- Apsari Wahyu Kutniati, 2018. *Strategi Komunikasi Digital Marketing Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah* (<https://jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/24>)
- Destriyani, R., Fatonah, S., & Sutrisno, I. (2019). *Effective Promotion Strategies of Javafood in Attracting Instagram Audience*. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 12(1), 28- 39. (<http://jurnal.upnykac.id/index.php/ijcs/article/view/2996>)
- Later & HubSpot. (2018). *Instagram for Business in 2018. Using Instagram Stories, Carousels, Ads, Influencers, and More!*. Cambridge, Massachusetts: Later & HubSpot.

- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu Imprint Gelar Semesta Aksara.
- Miller & Allen (2012). How Does Celebrity Meaning Transfer? Investigating the Process of Meaning Transfer with Celebrity Affiliates and Mature Brands. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3),443-452. (<https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.11.001>.)
- Mahardika, E., & Gusti,A.G. (2018). Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Promosi Pariwisata (Studi Kasus Pada Kota Wisata Batu). *Commercium*, 1(2),5-8.
- Nugraha, Y. A., & Wahid, U. (2018). New Wave Marketing dalam Membangun Brand Equity di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2),158-171. (<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/3005/2418>)
- Nurul Hidayah , 2018. Analisis Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Promosi Pariwisata Pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.
- Yunita Simatupang, (2011). Strategi Komunikasi Digital Marketing Pariwisata di Masa Pandemi Covid 19 (Studi kasus wisata mandalika, lombok, NTT).
- Afrina Y., Sadia T., Kaniz F. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age. *International Journal of Management Science and Business Administration*. Volume 1, Issue 5, April 2015, Pages 70
- Jatmiko, Leo. (2020). 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet.
- Ramadan, Bagus. (2020). Data Pengguna Internet di Seluruh Dunia Tahun 2020.
- Asosiasi Pengguna Jaringan Internet Indonesia, (2022). Survey Pengguna Jaringan Internet Indonesia tahun 2022. (<https://apjii.or.id/survei2022x>)
- Zaki, Smithdev. (2008). 7 CMS pilihan untuk Internet marketing.