

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal & Web :

- Aulia, A.R., Yulianti, A.L. 2019. Pengaruh City Branding “A Land Of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kab. Bogor. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akutansi)*, Vol. 3(3): 67-75.
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2023). Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Akomodasi (Orang) 2021-2023. <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/219/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-akomodasi.html>.
- Cnn Indonesia. (2023). Angka Kunjungan Wisman Ke Bali Selama 2023 Belum Samai prapandemi. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20231229112550-269-1043063/angka-kunjungan-wisman-ke-bali-selama-2023-belum-samai-prapandemi>.
- Idn Times. (2023). 20 Tempat Wisata Bekasi 2024 Yang Keren Dan Hits, Bikin Kagum. <https://www.idntimes.com/travel/destination/putriana-cahya/tempat-wisata-di-bekasi?page=all>
- Gianindra, F. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Kota Bandung. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota* Vol. 16 No.2.
- Kustiawan, W., A. Nurlita, A. Siregar, S. A. Siregar, I. Ardianti, M. R. Hasibuan, Dan S. Agustina. (2022). Media Sosial Dan Jejaring Sosial. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* Vol. 2 No. 1.
- Mafulla, D., S. Hestianah, Dan A. Kholik. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *El-Idaarah (Jurnal Manajemen)*, Vol. 1 No. 2 Hal. 1–8.
- Mukhlisoh, L. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Beli Dalam Viral Marketing Sebagai Variabel Pemeditasi (Studi Kasus Pada Konsumen Dievha Cafe Sumber Jaya Lampung Barat). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung.*
- Nugraha, Y. E., Dan K. Dami. (2021). Paya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Pantailimansantau). *Journal Of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention And Event Management* Vol. 4 No. 1.
- Prasetyo, A. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Berkunjung Ke Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur Wonogiri.

- Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Rizki, M. A., Dan E. Pangestu. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* Vol. 49 No.2
- Rusata, T. (2019). Aktivasi Promosi Pariwisata Di Media Sosial Sudi Kasus Kabupaten Belitung. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata* Vol. 4, No. 2, Halaman 277-292.
- Setiyorini, A., F. Umi, N. Kristiyana. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*. Vol. 2(1): 12-17.
- We Are Social*. (2023). Hootsuite (*We Are Social*): Indonesian Digital Report 2023. <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2023/>
- Andrea, R., & Ronald, R. O. (2023). Kerajinan Rajut Karya UMKM Rumah Rajut Yati di Lembang Kabupaten Bandung Melalui Karya Fotografi Komersil RARA ANDREA: 186020026 (Doctoral dissertation, Fotografi dan Film).
- Arrodiah, R., Hariyatoni, H., & Anrial, A. (2022). Etika Komunikasi Netizen Indonesia Dalam Menanggapi Hasil Riset Pada Akun Instagram Microsoft (Doctoral dissertation, IAIN Curup).
- Chandra, Fabian. (2021). *Social media marketing*. Yogyakarta: Diva press.
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 31-38.
- Giani Putri, E. (2021). Analisis Digital Promotion Dinas Pariwisata Kabupaten Magetan Dalam Promo Potensi Wisata Genilangit (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Gracia, J. H., Rupidara, Y., Rina, D. O., Thomas, A. S., & Sirikole, I. F. (2024). POLA PERGERAKAN WISATAWAN PADA DESTINASI WISATA LAWU PARK TAWANGMANGU. *Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 2(1), 44-53.
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo.
- Helpiastuti, S. B. (2018). Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana Grand Opening “Pasar Lumpur” Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember). *Journal of Tourism and Creativity*, 2(1), 13–23.

<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/download/13837/7204/>

- I Gusti Bagus Rai Utama, Pemasaran Pariwisata, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2017),145-160
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). Instagram: Visual social media cultures. John Wiley & Sons.
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Marhendi, M. (2021, December). Pengaruh Promosi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Wisatawan Di Kabupaten Semarang. In *Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASSTEKMU)* (Vol. 1, No. 1, pp. 166-172).
- Martha, Z. (2021). Penggunaan fitur media sosial instagram stories sebagai media komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26-32.
- Mafulla, D., Hestianah, S., & Kholik, A. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *Jurnal el-Idarah*, 1(2).
- Ozali, I., & Rahayu, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Rangka Peningkatan Wisatawan Bintang Resort Melalui Media Sosial Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6710-6723.
- Prajarini, D. (2020). Peer Review Buku: Media Sosial-Periklanan. *Media Sosial-Periklanan*, 1-38.
- Puspito, G. W., Swandari, T., & Rokhman, M. (2021). Manajemen Strategi Pengembangan Pendidikan Non Formal. *Chalim Journal of Teaching and Learning*, 1(1), 85-98.
- Quesenberry, K.A. (2019). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in The Consumer Revolution*. London: Rowman & Littlefield.
- Rahman, W., Herdiyanti, H., Azizah, J., Asir, M., & Wijayanto, G. (2024). Eksplorasi Strategi Pemasaran Media Sosial yang Sukses dalam Meningkatkan Interaksi Merek dengan Konsumen di Era Digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 355-363.
- Rondonuwu, J., Tampi, J. R., & Walangitan, O. F. (2020). Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Sigras. *Productivity*, 1(5), 399-403.
- SANTOSO, B. (2020). Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Di Kecamatan Selo Boyolali (Studi Deskriptif Kualitatif

- Pada Admin Akun @explore.selo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- SANTI, H. (2023). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada UMKM Kopi di Lampung Barat) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Soffia, A. F. (2023). TA: STRATEGI PROMOSI DAYA TARIK WISATA BUKIT ASLAN BANDAR LAMPUNG (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Lampung).
- Switzgable, M. (2022). *How the Media Frames Mental Health and Social Media: A Case Study of the Facebook Whistleblower*.
- Wahyu, Y. F., & Triani, M. (2023). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di 9 Destinasi Wisata Favorit Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*, 5(1), A Febriansyah SE. (2019). Validitas, Reliabilitas, dan Obyektivitas. *Analisis Data Kualitatif*, 2(1), 1–8.
- Eliyusnadi. (2022). EFEKTIVITAS ANALISIS BEBAN KERJA PEGAWAI DINAS PENDIDIKAN KABUPATEN KERINCI DALAM MENGUASAI PELAYANAN ADMINISTRASI. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4. <https://www.jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/204/107>
- Farakhdiba. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA BANDUNG DALAM RANGKAIAN EVENT ASIA AFRIKA FESTIVAL 2022*. <http://repository.unpas.ac.id/53286/>
- Kontributorkreativv. (2024). *Perubahan Algoritma Instagram di Tahun 2024 yang Wajib Diketahui*. <https://kreativv.com/perubahan-algoritma-instagram-di-tahun-2024-yang-wajib-diketahui/>
- Oktaviana, S. D. (2023). PENERAPAN ALGORITMA INSTAGRAM PADA UMKM KRECEK RAMBAK SANDY JAYA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR. *SI Sistem Informasi*, 13(1), 104–116.
- Ummatin, S. K. (2015). *Analisis Sikap Masyarakat Mengenai Corona Virus Disease 2019 Pandemic (COVID-19) di Kota Serang*. 4–6.
- Iskandar, M. I., & Islam, M. A. (2021). Destination branding: Pendekatan segmentation, targetting, dan positioning dalam perancangan media wisata Bahari Tlocor Sidoarjo. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 164-180.

- Rara, U. A. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DUTA WISATA SEBAGAI INFLUENCER PARIWISATA KOTA PEKALONGAN. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 140-150.
- Firmansyah, F. (2022). *PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SALURAN MEDIA PROMOSI WISATA DI KABUPATEN PURWAKARTA* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Oktaviana, A. Y. (2024). *MANAJEMEN MEDIA SOSIAL PADA AKUN INSTAGRAM@ URANGPURWAKARTA. ID (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Media Sosial Pada Akun Instagram@ Urangpurwakarta. Id Sebagai Media Promosi)* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Ramanda, P. (2023). Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Untuk Penguatan Konsep Dan Pemasaran Wisata Studi Kasus Desa Wisata Bunga Sidomulyo, Batu. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(1), 85-89.
- Natasya, A. F., & Kuswibowo, C. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PT SEPAKAT TEKNOLOGI NUSANTARA DI JAKARTA PUSAT. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri dan Rantai Pasok* (Vol. 4, No. 1, pp. 180-188).
- Wardani, E. A. (2017). Mengembangkan promosi pariwisata melalui media sosial Instagram di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1-89.

**Buku :**

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Moleong, J Lexy. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.

**Dokumen :**

- Peraturan Bupati Bekasi Nomor 58 Tahun 2023 tentang Kewenangan, Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Pariwisata.