# BIBLIOGRAPHY

Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementrian Pariwisata RI* (*Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel*). eProceedings of Management, 3(2).

Azizah, N. (2022). *Pariwisata Susur Sungai Banjarmasin Dengan Membangun Kebersamaan Antar Dosen dan Mahasiswa Pendidikan IPS.*

Chaer, A. (2013). Semantik Bahasa Indonesia. Jakarta: Rineka Cipta.

Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial: Konsep Dasar dan Implementasi*.

Djajasudarma, F. (1999). *Wacana dan pragmatik*. Bandung: Eresco.

Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing: Step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. New York: McGraw-Hill.

Hasits, M. (2006). *An Analysis of Language Function used by Marcus Burnett in Bad Boys II film*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Principles of Marketing (12th ed.). Pearson Education.​

Kridalaksana, H. (1984). Kamus Linguistik. Jakarta: Gramedia.​

Leech, G. N. (1981). *Semantics: The study of meaning* (2nd ed.). London: Penguin Books.

Luffrell, J. (2016). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page.

Mahsun. (2012). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Bandung: Rajagrafindo Persada.

Nisrina, N. (2015). *Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha kecil dan menengah*. Bandung: Pustaka Media.

OktavianiW. F., & FatchiyaA. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, *17*(1), 13-27.

<https://doi.org/10.46937/17201926586>

Purwati, R., & Latifah, L. (2022). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Desa pamijahan. *Inisiatif : Jurnal Dedikasi Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 79–83.

<https://doi.org/10.61227/inisiatif.v1i2.94>

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi*. Jurnal common, 3(1), 71-80.

Saniati, S., Assuja, M. A., Neneng, N., Puspaningrum, A. S., & Sari, D. R. (2022). Implementasi E-Tourism sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. *International Journal of Community Service Learning*, *6*(2), 203–212.

<https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i2.45559>

Setiawan, M. D. (2022). *TA; Perancangan Video Promosi Desa Wisata Edukasi Gerabah Rendeng Bojonegoro sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).

Subagyo, P. J. (1997). Metode Penelitian: Dalam Teori dan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.

Subroto, E. (2007). *Pengantar Metode Penelitian Linguistik Struktural*.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Harlow: Pearson Education.

Sugiyono. (1999). *Metode penelitian administratif*. Bandung: Alfabeta.

Siswanto, S. (2013). *Pengantar manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Setiawan, A. (2015). *Strategi pemasaran digital untuk UKM*. Yogyakarta: Deepublish.

Trenggono, T., Suwarti, S., Yuliamir, H., & Marhendi, M. (2022). *Peran Pemanduwisata dalam Membangun Citra Kota Lama Semarang.*Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, 8(2), 244-254.

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), 1-22.

<https://doi.org/10.32659/tsj.v4i1.46>

Violetta, F., & Melini, E. (2020). *ANALISIS IDENTITAS VISUAL WATER BOOM LIPPO CIKARANG. SENADA* (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi), 3, 257–263.

Wahyuni, S., Mesra, B., Harianto, E., & Batubara, S. (2020). Optimalisasi Aplikasi Media Sosial Dalam Mendukung Promosi Wisata Geol Kepada Masyarakat Desa Pematang Serai. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, *3*(2), 129-134.

Zarrella, D. (2010). *The social media marketing book*. Sebastopol, CA: O’Reilly Media.