

## DAFTAR PUSTAKA

- Anom, A. S., & Revias Purwa Kusuma, M. (2019). Pengungkapan Estetika Fotografi “Instagramable” Di Era Pariwisata Destinasi Digital. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(3), 319–324. <https://doi.org/10.31091/mudra.v34i3.787>
- Atiko, G., Hasanah Sudrajat, R., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (studi deskriptif pada akun Instagram @indtravel). *Jurnal Sositologi*, 15(3), 378–389. <https://doi.org/10.5614/sostek.2016.15.3.6>
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., & Telkom, U. (2016). *Abstrak Perkembangan teknologi , informasi dan komunikasi yang terus meningkat membuat jumlah pengguna Internet yang juga semakin tinggi di seluruh dunia setiap tahunnya , tak terkecuali Negara Indonesia . Selain Facebook , Twitter , Youtube , Path , Line .* 3(2), 2349–2358.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., Telkom, U., Asri, N., Fadilah, E., Basith, A. A., Dicka Ma'arif Walyatalattaf, M., Warmayana, I. G. A. K., Chresma Putranti, R., Gardianto, G. R., Setyanto, D. W., Kasus, S., Sam, A., Wedari, N. R., & Sari, E. R. (2018). Kajian Jurnalistik Dengan Metode Edfat Studi Kasus Foto Pilkada 2015 Harian Suara Merdeka. *Jurnal Audience*, 2(2), 1–91. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>
- Donna Carolina. (2022). *View of Analisis “Aida” Pada Konten Instagram “Madame Gie” Terhadap Minat Beli Konsumen.* <https://jurnal.instiki.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa/article/view/987/344>
- Fernandes, H. P. (2014). No Covariance structure analysis of health-related indicators in elderly people at home focusing on subjective health *Title*. 139.
- Fitriyana, F. (2012a). Pengembangan Bandung kota kreatif melalui kekuatan kolaboratif komunitas. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota B SAPPK*, 1(1), 1–8.
- Handoko, A. (2017). Konsep Estetik Dalam Still Life Fotografi. *Staffnew.Uny.Ac.Id*, 1–16.
- Herawati, T., Rudatin, C. L., Akbar, D., & Kunci, K. (2014). Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Epigram*, Vol 11(2), 95–102.
- Hermawan, H. (2018). Metode Kualitatif untuk Riset Pariwisata. In *Jurnal Komunikasi* (p. 20).
- Hudhar, D. S. L. (2018). Fotografi sebagai Alat Publikasi Pariwisata. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 02(01), 669–675.
- Kebudayaan, D., Kabupaten, D., Primadany, S. R., & Daerah, P. (n.d.). *Pendahuluan*

*Pembangunan daerah merupakan salah satu bagian dari pembangunan nasional yang daerah tersebut dibutuhkan kewenangan yang Sebagai tindak lanjut penyelenggaraan otonomi daerah dengan dikeluarkannya dan memenuhi tuntutan reformasi dan antara hubu. 1(4), 135–143.*

- Wirasari & Budi, (2022) Perancangan Model Bisnis Usaha Kecil Menengah Menggunakan Proses Bisnis Improvement Framework (Ukm Ar Delicious Kitchen Bandung)
- Karyadi, B. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. NahlMedia.
- Kusumo, R. O., Bangsa, P. G., & ... (2019). Perancangan Fotografi sebagai Media Promosi Pariwisata Pantai Kedung Tumpang, Pucanglaban, Tulungagung. *Jurnal DKV ...*
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018a). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan “The City Brand Hexagon” pada Pembentukan Identitas Kota. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 3(2018), 315–323.
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018b). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan “The City Brand Hexagon” pada Pembentukan Identitas Kota. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 3(2018), 315–323.
- Mulyono, T. T. (2021). Fotografi Instagram: Studi Literatur. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 1(2), 120. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2020.1.2.566>
- Marpaung & Widaningsih, (2020) Analisis Efektivitas Iklan Sosial Media Instagram Menggunakan Metode CRI (Customer Response Index) Pada Sunny Side Coffee. *eProceedings ... (2020) 6(1) 1-13*
- Pertiwi, S. N., Pardian, P., Trimo, L., & Sadeli, A. H. (2021). Efektivitas Iklan Pada Media Sosial Instagram Kojama Shop Dengan Pendekatan Aida Model Advertising Effectiveness In Social Media Instagram Kojama Shop With Aida Model Approach
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Shilla Novira Pertiwi \*, Pandi Pardian , Lucyana Trimo , Agriani Hermita Sadeli. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 299–308.
- Sukmadewi, Achmawati Novel (2019). Analisis Relevansi City Branding Kota Bandung Melalui Pendekatan Nilai Indeks Kebahagiaan 2, 83–93
- Satrio, P. U. D., & Soedjono, S. (2016). Kreasi Estetis Huruf Melalui Fotografi. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 1(1), 31–41.
- Setiawati, S. D., Suryana, A., Sugiana, D., & Priyatna, C. C. (2019). Pendekatan Triple Helix dalam Membentuk City Branding. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 177–185. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.561>
- Studio, D. P. (2009). *PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Dewasa ini, pendokumentasian sebuah*. 1–23.

- Wibowo, A. A., & Astuti, D. (2021). Gestur Tangan Manusia dalam Karya Fotografi Seni. *Rekam*, 17(2), 113–122. <https://doi.org/10.24821/rekam.v17i2.4803>
- Yekti Herlina. (2007). Komposisi Dalam Seni Fotografi. *Nirmana*, 9(2), 82–88.
- Yunidar, D., & Majid, A. Z. A. (2023). Association rule mining: Design of product customization systems in user preference context. In *Embracing the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era* (pp. 91-94). Routledge.
- Sugiyono, (2018) *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung