

## DAFTAR PUSTAKA

Arifin Rudi Dian. (2022). “Pengertian Instagram Beserta Sejarah Fungsi, Tujuan, Manfaat dll”. Diakses pada 24 Januari 2023.

<https://dianisa.com/pengertian-instagram/>

Husen Mulachela (2022). Komunikasi Adalah: Definisi, Unsur, dan Tujuannya”.

Diakses pada 24 Januari 2023.

<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61de8d9d4a987/komunikasi-adalah-definisi-unsur-dan-tujuannya>

Kanaka. (2021). “**Strategi Promosi dan Marketing Kreatif untuk Meningkatkan Penjualan**” . Diakses pada 24 Januari 2023.

<https://www.pelatihan-sdm.net/strategi-promosi-dan-marketing-kreatif-untuk-meningkatkan-penjualan/>

Kompas.com (2022). “Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis dan Fungsinya”.

Diakses pada 24 Januari 2023.

<https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/apa-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya?page=all>

Linov HR (2021). “Komunikasi Pemasaran: Pengertian, Tujuan & Manfaat untuk

Perusahaan”. Diakses pada 24 Januari 2023.

<https://www.linovhr.com/komunikasi-pemasaran/>

Linov HR (2021). “Komunikasi Pemasaran: Pengertian, Tujuan & Manfaat untuk

Perusahaan”. Diakses pada 24 Januari 2023.

<https://www.linovhr.com/komunikasi-pemasaran/>

Marketing Binus Graduate Program. (2022). “ Pentingnya Belajar Strategis

Komunikasi Pemasaran Untuk Dorong Pertumbuhan Bisnis”. Diakses pada 24 Januari 2023.

[https://graduate.binus.ac.id/2022/06/01/pentingnya-belajar-strategi-komunika si-](https://graduate.binus.ac.id/2022/06/01/pentingnya-belajar-strategi-komunika-si-pemasaran-untuk-)

[dorong-pertumbuhan-bisnis/#:~:text=Pada%20akhirnya%2C%20tujuan%20dari%20komunikasi,produk%20Anda%20ke%20orang%20lain](https://graduate.binus.ac.id/2022/06/01/pentingnya-belajar-strategi-komunika-si-pemasaran-untuk-dorong-pertumbuhan-bisnis/#:~:text=Pada%20akhirnya%2C%20tujuan%20dari%20komunikasi,produk%20Anda%20ke%20orang%20lain)

[20lain](#)

Rohadi Chairunisa. (2022) “ Apa itu Pemasaran : Definisi, Fungsi, dan Jenisnya”. Diakses pada 24 Januari 2023. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-pemasaran>

Wimbus h Erica. (1999). “Strengthening research capacity in health promotion practice settings”. Diakses pada 24 Januari 2023.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09654289910284616/full/html>

Kebudayaan, D., & Pariwisata, D. A. N. ( n.d.). *Manajemen promosi wisata pada instagram dinas kebudayaan dan pariwisata (disbudpar) aceh*

Lestari, S. D., Duryatmo, S., & Adinugroho, P. (2021). Strategi Marketing

Public Relations Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Bogor Dalam Memperkenalkan Batik Bogor. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 5(1) , 11–18. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v5i1.3287>

Manogari, R. R., & Zia, U. K. (2018). Strategi Marketing Public Relations

Dinas Pariwisata Kabupaten Brebes Dalam Mempromosikan Objek Wisata

Mangrove Pandansari. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* , 17 (2),

225. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.650>

Putu Henny Puspawati, D., & Ristanto, R. (2018). Strategi Promosi Digital Untuk

Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*

,  
1(2), 1–20. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.14>

Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., Kawet, R., Manajemen, J., Ekonomi, F., &

Ratulangi, U. S. (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), 11–20.

(Aultha et al., 2010) Aultha, Z., Rachman, D., Djuwita, A., Studi, P., Masyarakat, H., Telkom, U., & Relations, S. P. (2010). *Strategy Public Realties Hotel Balcony Dalam*. 9 (5), 4656–4663.

Setyawan, H. M. (2020). Strategi Promosi Melalui Akun Instagram Dalam

Membangun Minat Kunjung Wisatawan Di Yogyakarta. *Strategi Promosi*

*Melalui Akun Instagram Dalam Membangun Minat Kunjung Wisatawan Di Yogyakarta*, 48.

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertianuse-case-a7e576e1b6bf>

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai

Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*,

3(1), 71–80.

<https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>

Alam, N. (2019). Strategi Promosi Pariwisata Kabupaten Bulukumba Melalui Media

Sosial Bulukumba Tourism Promotion Strategy Through Social Media. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika, Hootsuite 2019*

<https://202.89.117.136/index.php/snki/article/viewFile/2650/1250>

Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi

Swasta. *Jurnal AKTUAL* , 16(1) , 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>

Karman, Damayanti, C. N., & Dunan, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Instagram di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi* ,

09(01) , 48–62. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7139>

Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). Strategi Branding Bandung Giri Gahana

Golf Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2) , 159.

Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19. *Jurnal Pariwisata* , 8(1) , 22–31. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9809>

Dinayantiyah, A. I. (2020). *Strategi Public Relations Dalam Mempromosikan Wisata Waduk Tanjungan* . 7–8.

Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonaldâ€™™ S Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* , 1(4) , 1465–1473. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2923>

Simarmata, H. M. P., & Saragih, R. S. (2020). Brand image sebagai Strategi

Peningkatan Jumlah Wisatawan Danau Toba “Monaco of Asia” di Kabupaten Samosir. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences ( JEHSS)* , 3(2) , 533–537. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.357>

Widyastutik, W., Panjaitan, I., Malau, F., & Fahreiza, Y. (2020). Strategi

Peningkatan Daya Saing Sektor Jasa Pariwisata Indonesia: Studi Kasus Jasa Pariwisata Danau Toba dan Bali. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 356–368. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.2.356>

Purba, S., & Handoko, T. (n.d.). *PENETRASI NEGARA DI DANAU TOBA ( Studi Kasus Pengembangan Destinasi Pariwisata di Danau Toba )*. 1–10.

Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan

Remaja. *Communication*, 8(1), 51.

<https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>

Cynthiawanti, S., & Amalia, M. (2018). Strategi Marketing Public Relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4, 807–813.

Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media

Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136–149. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1883>

Maria, O., & Simanjuntak, J. (2019). *Tourism Marketing Strategy Analysis of Samosir Lake Toba Regency*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana

Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis*

*Terapan*, 1 (01), 25 –32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>

Setiawan, N. A., & U., F. H. (2014). Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, 13(2), 184.

<https://doi.org/10.23969/trikononika.v13i2.613>

Sagiyanto, A., Suryani, I., & Liliyana, L. (2021). Strategi Komunikasi Humas

Pemerintah Kota Tangerang Dalam Upaya Mempromosikan Destinasi

Wisata Melalui Instagram (@humas\_kota\_tangerang). *Jurnal Komunikasi*,

12 (2),

168–178. <https://doi.org/10.31294/jkom.v12i2.11834>