

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Cetakan 1). Media Kita.
- Balady, M. H., Ramadhani, F., Nuriyah, S., & Maghfirah, D. I. (2024). *Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Pengelolaan Pariwisata Di Kabupaten Jember Tahun 2022-2023*. 2, 71–74.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata: (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi* (Cetakan Pe). Prenadamedia Grup.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2022). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (Edisi 9th). Harlow : Pearson Education.
- Dwi Ayunda, L., & Andiyansari, P. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Heha Forest dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. 4(1), 54–68.
- Firmasyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Tim Kiara Media (ed.); Cetakan 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran* (F. A. Darma & M. T. Multazam (eds.); Cetakan 1). Umsida Press.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (D. E. Restiani (ed.); Cetakan 1). CV Jejak.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern* (Cetakan 1). Cakra Ilmu. 978-602-950-371-5
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Cetakan 1). Pustaka Setia Bandung.
- Rainanto, B. H. (2023). *Komunikasi Pariwisata* (A. Yanto (ed.); Cekatan 1). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Setiyaningrum, A., Udaya, Y., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Plus Tren Terkini, Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, E-Marketing* (Cetakan 1). Andi.
- Sugiana, D., Setiaman, A. S., Wibowo, D. K., Nur Aji, Seto Herwandito, Dian Wardiana Sjuchro, Yoki Yusanto, E. R., Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, Adrian Samudro, Ilham Gemiharto, I., Koswara, Jonas Kgd Gobang, Kismiyati El Karimah, Uud Wahyudin, L. T., Ikrima Nurfikria, Wa Ode Lusianai, A. S. J., Siti Utami Rezkiawaty, Sitti Hairani Idrus, M. A. F., Melisa Indriana Putri, Nugraha Cahya Pratama, Faridhian Anshari, N., Rahma Nabilla, Asaas Putra, Richard G. Mayopu, R. A. S., Septia Winduwati, Roswita Oktavianti, Sigit Surahman, S. P., Riris Loisa, Yugih Setyanto, Verani Indiarma, Wulan Purnama Sari, B., & Riyanto, Gushevinalti, Dhea Ayu

Virtazia, Puji Hariyanti, Y. (2019). *Komunikasi dalam Media Digital* (F. Junaedi & F. G. S. Sukmono (eds.); Cetakan 1). Buku Litera Yogyakarta.

Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 191–206. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.113>

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cetakan 9). CV Alfabeta.

## THESIS

Aeni, D. S. (2022). *Analisis Model Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Umrah Al Bahjah Tour & Travel Cirebon* [Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon]. <https://doi.org/10.24235/inklusif.v7i1.9402>

Andrew. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Somethinc dalam Meningkatkan Brand Engagement di Platform TikTok* [Universitas Pelita Harapan]. <https://doi.org/http://repository.uph.edu/id/eprint/61090>

Lestari, D. (2023). *Implementasi Program Smart Village dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Desa Sanggu (Studi Kualitatif Pada Pemerintah Desa Sanggu Kecamatan Dusun Selatan Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah)* [Universitas Islam Kalimantan]. <https://doi.org/http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/19277>

M Irvan. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata sebagai Kota Tujuan Wisata (Studi Kasus Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman)* [Universitas Telkom]. <https://doi.org/https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>

Saprala, J. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Digital "SIMPELDESA" Smart Village Nusantara Melalui Digital Integrated Marketing Communication (DIMC)*. <https://doi.org/https://repositori.telkomuniversity.ac.id/>

## JURNAL NASIONAL

Agung Prayoga, Fitri Norhabiba, & Noorshanti Sumarah. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Kasus Pada Wisata Lontar Sewu Gresik). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 1(1), 59–63.

Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>

Arman, A. A., & Sidik, A. P. (2019). Measurement of Engagement Rate in Instagram (Case Study: Instagram Indonesian Government Ministry and

Institutions). *International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)*.  
<https://doi.org/10.1109/ICISS48059.2019.8969826>

Ashfiya, M. Z., & Rahmawaty, P. (2020). Perbandingan Tingkat Engagement Antara Post Foto Dan Video Instagram (Studi Pada Akun Instagram Perusahaan Berbasis Aplikasi Smartphone). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(2), 182–194.

Harahap, V. S., AB, S., & Mahendra, M. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Gayo Camping Ground Terhadap Upaya Meningkatkan Pengunjung Wisata Ke Danau Laut Tawar ( Studi Deskriptif Ujung Mepar ) Viana Safrida Harahap Mahesy Mahendra satu wisata di Danau Laut Tawar yaitu wisata Camping berlokasi di de. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 6(1).

Irwanda, A. A., Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis Engagement Rate Pada Instagram Universitas Lancang Kuning. *Zonasi: Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 390–399.  
<https://doi.org/10.31849/zn.v6i2.17904>

Jumiati, Rahma, A., & Agustin, A. N. (2024). Analisis Penerapan Strategi Marketing Mix dan STP (Segmentation, Targeting, Positioning) Pada Cafe 1960. *Jurnal Pahlawan*, 20(1), 76–85.

Putri, F. C., & Hadita. (2024). Analisis STP (Segmenting, Targeting dan Positioning) Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran pada Waroenk Ramen Bekasi. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 461–465.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10449272>

Trisia, P. A., & Nugraha, R. N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Taman Wisata Alam Angke Kapuk dalam Meningkatkan Kunjungan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6471–6476.

Vecchio, P. Del, Mele, G., Passiante, G., & Vrontis, D. (2020). Detecting customers knowledge from social media big data: toward an integrated methodological framework based on netnography and business analytics. *Journal of Knowledge Management*, 24((4)), 799–821.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JKM11-2019-0637>

## **JURNAL INTERNASIONAL**

Dadová, I., & Soviar, J. (2021). The Application of Online Marketing Tools in Marketing Communication of The Entities with the Tourism Offer in 2020 in Slovakia. *Transportation Research Procedia*, 55(2019), 1791–1799.  
<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2021.07.170>

Fang, S., Li, Y., Zhang, C., & Le, L. (2023). The Influences of WOM Communication on Tourism Experience Storytellers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 521–530.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.015>

Jerez, M. R. (2023). Tourism Marketing of the Autonomous Communities of Spain

to Promote Gastronomy as Part of Their Destination Branding. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100727>

Liu, C., & Chong, H. T. (2023). Social Media Engagement and Impacts on Post-COVID-19 Travel Intention for Adventure Tourism in New Zealand. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 44. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.10061>

Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies For Business Success* (Vol. 58, Issue 10). <https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>

Susilo, D., & K. Santos, M. C. (2023). Digital Marketing Communication for Promoting Philippines Tourism. *International Journal of Research and Review*, 10(6), 209–220. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20230625>

## INTERNET

Badan Pusat Statistik. (2024). *Kota Probolinggo dalam Angka 2023*. <https://probolinggokota.bps.go.id/publication/2023/02/28/5043991412b0c7639534e048/kota-probolinggo-dalam-angka-2023.html> (Diakses pada tanggal 10 Agustus 2024, Pukul 03:15 WIB)

Badan Pusat Statistik. (2024). Kunjungan Wisatawan Mancanegara pada Januari 2024. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/03/01/2348/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-januari-2024-mencapai-927-75-ribu-kunjungan--naik-16-19-persen--y-on-y---tingkat-penghunian-kamar-di-hotel-bintang-pada-januari-2024-mencapai-46-72-persen--y-on-y-.html> (Diakses pada tanggal 10 Agustus 2024, Pukul 03:15 WIB)

Kominfo.jatimprov.go.id. (2024). *Kunjungan Wisata Mancanegara Meningkat pada Tahun 2024*. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/kunjungan-wisman-meningkat-263-11-persen-gubernur-khofifah-bukti-wisata-jatim-berdayasaing-global#> (Diakses pada tanggal 10 Agustus 2024, Pukul 03:15 WIB)

Probolinggokota.go.id. (2024). Dorong Pengembangan Event Wisata Kota Probolinggo. <https://probolinggokota.go.id/pj-nurkholis-dorong-pengembangan-event-wisata-kota> (Diakses pada tanggal 10 Agustus 2024, Pukul 03:15 WIB)