

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Evadiani, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relation*. Ikatan Guru Indonesia. <https://doi.org/10.31237/osf.io/ky3zx>
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education Limited.
- Damayanti, M. (2021). Pentingnya Aksesibilitas dalam Pengembangan Destinasi Wisata Alam. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 3(1), 45–52.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. In *Penerbit Qiara Media*. Penerbit Qiara Media.
- Gora, R. (2019). *Riset kualitatif public relations*. Jakad Publishing Surabaya.
- Haidar, N. F., & Martadi. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv dalam Membentuk Customer Engagement. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Hakim, H. I., Polin, I., & Irwansyah, I. (2024). Peran media sosial Instagram sebagai media informasi dalam masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 287–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14564263>
- Hamdani, & Azhar, A. (2025). Perbandingan *Reels* dan *Stories* dalam memilih format konten yang efektif untuk meningkatkan pemasaran di *Instagram*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Merdeka*, 2(3), 288–296. <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Isma, Y. S. (2025). Pengembangan daerah tujuan wisata: Peran dan strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 291–303. <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i1.1603>
- Kinanti, A. S., & Imran, A. I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Lemonilo Melalui Instagram. *EProceedings of Management*, 8(2),

1787. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf>

- Lee, J., & Kim, H. (2023). "The Impact of Content Marketing on Customer Engagement in Social Media Platforms." *Journal of Interactive Marketing*, 61, 45-59.
- Lusia, L. D., Nyoman, I., Suprpto, A., & Nova, M. (2023). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Covid-19 Melalui Instagram Promotion Strategy in Increasing Post-Covid-19 Tourist Visits Through Instagram. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 02(6), 1326–1336. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i6.446>
- Natsir, K., Bangun, N., Alodia, N., & Rahmat, B. I. (2024). Perancangan Konten Video Promosi Produk UMKM Menggunakan Aplikasi Berbasis AI. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(3), 1335–1341. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i3.32337>
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Nugraha, R., & Hardika, P. (2023). Analisis Konsep 3A Dalam Pengembangan Wisata Kota Tua. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 531–543. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7988581>
- Mursid, H. (2019). Komunikasi pemasaran. Bumi Aksara.
- Pengelola Wisatawan Kalikese. (2025). *Wisata Kalikese. Arenan Kalikese*. <https://arenankalikese.com/wisata1/#bagian-galeri>
- Pulizzi, J., & Barrett, N. (2020). *Killing Marketing: How Innovative Businesses Are Turning Marketing Cost into Profit*. McGraw-Hill Education.
- Puspitasari, N., & Purwani, D. A. (2022). *Cyber public relations*. Adipura book centre.
- Putri, S. Z. (2024). *Produksi Konten Video Reels Instagram “Semarang Pancen Apiks” Sebagai Upaya Branding Untuk Mempromosikan Aplikasi Apiks Dinas*

Pariwisata Kabupaten Semarang. Universitas Diponegoro.

Rani. (2024). *Tips Bikin Hook TikTok yang Mudah FYP!* Ninjapress.
<https://blog.ninjaxpress.co/tips-bikin-hook-tiktok/>

Rahmah, Y. (2020). Kampung kota sebagai destinasi wisata. *Prosiding Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 3(1), 250–254.

Sari, R. P., & Suryani, T. (2022). Pengaruh Atraksi dan Amenitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Nglanggeran. *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia*, 17(2), 112–120.

Susanti, A. (2021). *Teknik Sinematografi Dalam Produksi Film “ Narasi Untuk Tuhan ” di Walisongo TV*. Universitas Islam Negeri Walisongo.

Uddin, B., Maharani, A. Z., & Baren, K. W. A. (2024). Pemanfaatan fitur Instagram untuk efektivitas komunikasi. *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 7(6), 1505–1510.

Widada, S., Widya Tama, A. K., & Purnama, M. R. (2019). Teknik Dasar Menggunakan Videografi Di Dunia Broadcasting. *Cices*, 5(1), 74–81.
<https://doi.org/10.33050/cices.v5i1.572>

Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14–27.
<https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.8>

Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21228>