

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyyah, A. I. (2021). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PESONAIID_TRAVEL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KAUM MILENIAL PADA WISATA INDONESIA* [UPN Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/12777>
- Alfirahmi, & Rizky, N. K. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pengunjung Wisata Atlantis Water Adventure Ancol Di Jakarta Utara. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jssh.v5i2.15317>
- Annur, C. M. (2022). *Instagram, Media Sosial Favorit untuk Cari Inspirasi Liburan Akhir Tahun*. databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/19/instagram-media-sosial-favorit-untuk-cari-inspirasi-liburan-akhir-tahun>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Mediakita.
- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- BPS. (2022). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2021*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/02/02/1869/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-desember-2021-mencapai-163-62-ribu-kunjungan-dan-jumlah-penumpang-angkutan-udara-internasional-bulan-desember-2021-naik-29-84-persen-.html#:~:text=Abstraksi&text=Jumlah%20kunjungan%20wisman%20ke%20Indonesia%20pada%20bulan%20Desember%202021%20mencapai,kunjungan%20pada%20bulan%20Desember%202020>.
- BPS Prov. Kep. Bangka Belitung. (2020). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Kepulauan Bangka Belitung Mei 2020*. <https://babel.bps.go.id/pressrelease/2020/07/01/723/mei-2020--kunjungan-tamu-ke-bangka-belitung-mencapai-2-720-orang-turun-8-34-persen.html>
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya* (ed. 2, cet.5). Kencana Prenada Media.
- Cantika, T. (2021). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM "PESONA SRIWIJAYA" TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI KOTA PALEMBANG* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG]. <http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/10659>
- Creswell, John. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : memilih di antara lima pendekatan* (Ketiga, Cet.1). Pustaka Pelajar.

- Dozan, N. R. (2022). *Penggunaan Media Sosial Instagram “ZAP” sebagai Bisnis Perawatan Kulit dalam Promosi Iklan di Era Ekonomi Digital* [UPN Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/15875>
- Hamdi, I. Al. (2020). *PENGARUH PESAN PERSUASIF DALAM INSTAGRAM @PESONAIID_TRAVEL TERHADAP SIKAP BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA* [UPN Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/7394>
- Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). INSTAGRAM TOURISM: MENCIPTAKAN HYPE PADA DESTINASI WISATA (STUDI PADA AKUN @INDOFLASHLIGHT). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 24(2), 105. <https://doi.org/10.31445/jskm.2020.2856>
- Hanifah, K. P., Sumartias, S., & Dewi, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Disparbud dalam Promosi Destinasi Wisata Kabupaten Majalengka. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1). <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.110>
- Ismail, D. T. T. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152>
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. datareportal.com. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, Edisi ke-13). Erlangga.
- Lesmana, I. G. N. A. (2012). *ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND ATTACHMENT (STUDI: PT. XL AXIATA)* [Universitas Indonesia]. <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20333231-T32242-I%20Gusti%20Ngurah%20Aditya%20Lesmana.pdf>
- Mafiroh, F. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH AKUN @tamanwisatagenilagit SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG TAMAN WISATA GENI LANGIT* [Institut Agama Islam Negeri Ponorogo]. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/7716>
- Mahdi, M. I. (2021, Desember 17). *Perjalanan Wisatawan Nusantara Merosot Hampir 30% pada 2020*. dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/perjalanan-wisatawan-nusantara-merosot-hampir-30-pada-2020>
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.

- Munawwaroh, P. R. (2018). PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA AKUN INSTAGRAM @EXPLORESIAK TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATA KE SIAK SRI INDRAPURA. *JOM FISIP*, 5(1). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/16646>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nguyen, K. (2021, November 17). *The AIDA Model In Marketing*. [funnelsecrets.us](https://www.funnelsecrets.us/aida-model/). <https://www.funnelsecrets.us/aida-model/>
- Nita, C. N. (2021, Juni 23). *Awal Tahun 2021, Persentase Kunjungan Wisawatan di Bangka Belitung Naik Turun*. [bangka.tribunnews.com](https://bangka.tribunnews.com/2021/06/23/awal-tahun-2021-persentase-kunjungan-wisawatan-di-bangka-belitung-naik-turun). <https://bangka.tribunnews.com/2021/06/23/awal-tahun-2021-persentase-kunjungan-wisawatan-di-bangka-belitung-naik-turun>
- Nugroho, A. (2019). *PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE TEMPAT WISATA DI KABUPATEN MAGELANG TAHUN 2019* [IAIN Salatiga]. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/6096>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, jdih.kemenparekraf.go.id (2009). <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-1-produk-hukum>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Cet. 1). CV Andi Offset.
- Pradiatingtyas, D. (2016). Peran Instagram Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 7(2). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/khasanah/article/view/705>
- Prasetya, A. W. (2023). *Mayoritas Orang Indonesia Lihat Media Sosial untuk Pilih Tempat Wisata*. [Kompas.com](https://travel.kompas.com/read/2023/10/04/153100427/mayoritas-orang-indonesia-lihat-media-sosial-untuk-pilih-tempat-wisata). <https://travel.kompas.com/read/2023/10/04/153100427/mayoritas-orang-indonesia-lihat-media-sosial-untuk-pilih-tempat-wisata>
- Pratama, R. A. I., & Sugandi. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MODEL AIDDA KOMUNITAS INDONESIA TANPA PACARAN SAMARINDA MELALUI MEDIA SOSIAL. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 10(3). ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id
- Pratiwi, M. M. (2022). *PENGARUH TERPAAN MEDIA DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO* [UPN Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/18536>
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0 Corporate And Markerting Communication*. Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Pasca sarjana Universitas Mercu Buana.

- Purnomo, A. (2018). *PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PARIWISATA DI KABUPATEN KARANGANYAR (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Explorekabkaranganyar)* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/58792/>
- Putri, W. S. R., Nurwati, R. N., & S., M. B. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625>
- Rahardjo, S., & Gudnanto. (2011). *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Nora Media Enterprise.
- Rahma, A. (2022). *PEMANFAATAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESTINASI WISATA @pariamantourism SELAMA MASA PANDEMI TAHUN 2021* [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/59039>
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. andi.link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Rizaty, M. A. (2022, Agustus 3). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, 5(2). <https://media.neliti.com/media/publications/218225-kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunik.pdf>
- Sabarguna, B. S. (2008). *Analisis Data pada Penelitian Kualitatif ((edisi Revisi))*. UI-Press.
- Safitri, N. N. (2021). MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI NEW NORMAL PARIWISATA JEPARA. *E-jurnal Bina Wakya*, 16(3). <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- Samosir, S. L. (2023). *Reels Instagram Untuk Tingkatkan Penjualan Online*. UKMINDONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/reels-instagram-untuk-tingkatkan-penjualan-online>
- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Indonesia : Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-21). Alfabeta.
- Syahrizal, M. F. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI DALAM STRATEGI PEMASARAN (STUDI*

KASUS OBJEK WISATA LEDOK SAMBI ECOPLAYGROUND DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG SEBELUM PANDEMI COVID-19 DAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2021). Universitas Islam Indonesia.

Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing.

@tic_bangka. (2022). *Instagram* tic_bangka.
https://www.instagram.com/tic_bangka/

@tic_bangka. (2023). *Instagram* @tic_bangka.
https://www.instagram.com/tic_bangka/

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi Empat). Andi Offset.

Trirahayu, A. A., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @Amazingtasikmalaya Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Objek Wisata Tasikmalaya. *eProceedings of Management*, 6(2).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/10541>

Wicaksono, M. A. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @wisatadakwahokura TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS. *JOM FISIP*, 4(2).
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/16027/0>

Widi, S. (2022). *Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia Melejit pada 2022*. dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/pariwisata/detail/pendapatan-devisa-pariwisata-indonesia-melejit-pada-2022>

Wisnawa, I. M. B., Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata : Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan* (Cetakan pertama). Deepublish.

Yandrika, E. (2020). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Kampar* [Universitas Islam Riau].
<https://repository.uir.ac.id/8127/1/133410588.pdf>

Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.

Yusuf, A. M. (2017). *METODE PENELITIAN: KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN PENELITIAN GABUNGAN* (Cetakan ke-4). Kencana.