

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dainton, M., Zelle, E. D. (2011). *Applying Communication Theory for Professional Life; a Practical Introduction*. Oaks : SAGE Publications.
- Gamble, Michael., Teri. (2005). *Communication Work 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2012) *A First Look At Communication Theory*. New York. Mc Graw Hill.
- Jamiluddin. (2005). *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: Indeks.
- Kanwar, P., & Taprial, V. (2012). *Understanding Social Media*. Bookboon.
- Kaplan, A., Haenlein, M. (2010). *Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media*. Business Horizons 53. (1). P. 61.
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: Uin-Malang Pers.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Diterjemahkan Oleh: Bob Sabran. Jakarta: Pt Indeks.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran..* Jakarta: Pt. Kencana Perdana.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Masri. (2002). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory (6th Edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan :Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Edisi Pertama, Pustaka Media Group
- Mowen, C., John., Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Perloff, R M. (2003). *The Dynamics of Persuasion (Communication and Attitudes in the 21st Century) 2th Edition*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Irfan Al Hamdi, 2020

PENGARUH PESAN PERSUASIF DALAM INSTAGRAM @PESONAIID_TRAVEL TERHADAP SIKAP BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Saladin, D. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya.
- Sugiyono, D. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Bahasa Depdiknas.
- Sugiyono. D. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0*. Jakarta : Pt. Prestasi Pustaka
- Sunaryo. (2013). *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Walgito, B. (2003). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Yusup, P. M. (2009). *Ilmu Informasi, Komunikasi, & Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara

Jurnal

- Adinda, S. Pangestuti, E. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Pada followers @Exploremalang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 72 No. 1 Juli 2019.
- Aprilia, F., Kumadji, S., Kusumawati, A. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 24. (Juli) No. 1.
- Arianti, G. (2019). *Exposure Berita Terhadap Minat Pariwisata Lombok Pasca Gempa*. Jurnal Ilmu Komunikasi. ISSN:1412-7873.
- Ekasaputra, V. Widyatmoko. (2019). *Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan “Sudah Waktunya Pakai GO-JEK – Vertibokek”*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 3, No. 1, Juli 2019. Hal 289-298 EISSN 2598-0777.
- Febbyana, D C. (2018). *Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Berkunjung Konsumen*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Sebelas Maret.
- Machruf, B., Hairunnisa., Wibowo, S. E. (2018). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat Berkunjung Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Di Wisata Ladang Budaya Tenggarong*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 7 (No 1): 27-41.
- Munawwaroh, P. R. (2018). *Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 5 No. 1 –April 2018.
- Nifita, A T., Arisondha, E. (2012). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin*.

Irfan Al Hamdi, 2020

PENGARUH PESAN PERSUASIF DALAM INSTAGRAM @PESONAIID_TRAVEL TERHADAP SIKAP BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan. Vol. 7 No. 2 Mei – Agustus 2018.

- Oktiningtyas, P. (2018). *Kemenarikan Konten Berita Dalam Menarik Minat Pembaca Majalah Bumi Mina Tani*. Jurnal Litbang. Vol. XIV, No.2 Desember 2018 Hal 83-92.
- Wibowo, D N R. (2019). *Hubungan Aktualitas Nilai Berita Dan Kualitas Konten Dengan Minat Masyarakat Menonton Berita NET. Jawa Tengah Di Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi. ISSN. 2720-9148.

Skripsi

- Alexander, E. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Amartin, L A. (2018). *Pengaruh Akun Instagram @explorebant en Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) ke Tempat Wisata Di Banten*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Bergstrom, T., Backman, A. (2013). *Marketing And PR in Social Media : How The Utilization of Instagram Builds And Mantains Customer Relationship*. Faculty of Humanities. Stockholm University.
- Ismunandar, D. (2017). *Pengaruh Tayangan Mtma Terhadap Minat Berpetualang Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Unsyiah*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Syiah Kuala Darussalam.
- Perwitasari, D. (2017). *Tema Konflik Pacaran Di Media Sosial Instagram*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Pratiwi, R. (2013). *Pengaruh Pemahaman Materi Hak Asasi Manusia Terhadap Sikap Kemanusiaan Siswa Kelas VII di SMP Negeri 2 Hulu Sungka Kabupaten Lampung Utara Tahun Pelajaran 2012/2013*. Banda Lampung: Universitas Lampung.
- Sari, D. N. (2017). *Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Riau Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung*. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

Internet

- Badan Pusat Statistik . (2020). *Kabupaten Manggarai Barat Dalam Angka 2020*. Diakses pada 14 april . Melalui <https://manggaraibaratkab.bps.go.id/publication/2020/02/28/ce4bdf42ac603a33dbb8cf6c/kabupaten-manggarai-barat-dalam-angka-2020--penyediaan-data-untuk-perencanaan-pembangunan.html>

Irfan Al Hamdi, 2020

PENGARUH PESAN PERSUASIF DALAM INSTAGRAM @PESONAIID TRAVEL TERHADAP SIKAP BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Bash, E. (2015). *Making Strategies In Destination Branding: What is the Online Tourism Promotional Material Saying about Portugal? PhD Proposal. 1 2013, 1-8*. Melalui <http://doi.org/10.1017/CB09781107415324.004>.
- Databoks. (2018). *Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia*. Melalui <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2018/02/01/Media-Sosial-Apa-Yang-Paling-Sering-Digunakan-Masyarakat-Indonesia> Diakses pada 14 April 2020.
- Fay. (2014). Terobosan Kemenpar: Branding Wonderful Indonesia & e-Tourism. Melalui <https://travel.detik.com/travel-news/d-2786160/terobosan-kemenpar-branding-wonderful-indonesia--e-tourism> Diakses pada 4 Juni 2020.
- Fikri, D. A. (2019). Kaleidoskop 2019, Membedah Potensi 5 Destinasi Super Prioritas Besutan Jokowi. Diakses pada 5 Juni 2020. Melalui [https://lifestyle.okezone.com/read/2019/12/19/406/2143724/kaleidoskop-2019-membedah-potensi-5-destinasi-super-prioritas-besutan-jokowi#:~:text=Presiden%20Joko%20Widodo%20\(Jokowi\)%20telah,%2C%20Labuan%20Bajo%2C%20dan%20Likupang](https://lifestyle.okezone.com/read/2019/12/19/406/2143724/kaleidoskop-2019-membedah-potensi-5-destinasi-super-prioritas-besutan-jokowi#:~:text=Presiden%20Joko%20Widodo%20(Jokowi)%20telah,%2C%20Labuan%20Bajo%2C%20dan%20Likupang).
- Ilham, M. (2020). *10 Pengertian Populasi Menurut Para Ahli (Lengkap)*. Melalui <https://Materibelajar.Co.Id/Pengertian-Populasi-Menurut-Para-Ahli/> Diakses Pada 27 April 2020.
- Lidwina, A. (2019). *Motivasi Utama Orang Indonesia Bermedsos Ternyata Bukan Cari Teman*. Melalui <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2019/12/27/Inilah-Motivasi-Orang-Indonesia-Menggunakan-Media-Sosial> Diakses pada 13 April 2020.
- Napoleon Cat. (2020). *Instagram Users in Indonesia*. Melalui <https://Napoleoncat.Com/Stats/Instagram-Users-In-Indonesia/2020/04> Diakses pada 13 April 2020
- Novianty, D. Utami, L S. (2019) Instagram Ungkap Perilaku Pembeli Online Shop di Indonesia. Diakses pada 4 Juni 2020 melalui <https://www.suara.com/tekno/2019/07/19/191500/instagram-ungkap-perilaku-pembeli-online-shop-di-indonesia>
- Noviyanti, S. (2014). Peluncuran “Wonderful Indonesia” dan “Pesona Indonesia”. Diakses pada 4 Juni 2020 melalui <https://travel.kompas.com/read/2014/12/24/164500827/Peluncuran.Wonderful.Indonesia.dan.Pesona.Indonesia>.
- Puttkamer, I. V. (2019). *Top 10 Most Relevant Topics on Instagram*. Melalui <https://Blog.Fanpagekarma.Com/2019/04/18/Top-10-Most-Relevant-Topics-On-Instagram/> Diakses pada 14 April 2020.
- Riyanto, A. W. (2019). *Hoosuite (We Are Social) : Indonesian Digital Report 2019*. Melalui <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report> Diakses 13 April 2020.

Irfan Al Hamdi, 2020

PENGARUH PESAN PERSUASIF DALAM INSTAGRAM @PESONAIID TRAVEL TERHADAP SIKAP BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]