

DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas *Website* Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451–466.
- Hartono, Dida, S., & Hafiar, H., (2016). *Definisi event*. Eprints.umpo.ac.id. Jawa Timur.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks*.
- Kotler, P., and Keller, K. L., (2016). *Marketing Management, 15th edition. Illionis: Pearson*.
- Lontoh, J. K. T. L. (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.
- Mafulla, D. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *El-Idaarah (Jurnal Manajemen)*, 1 no 2, 1–8.
- Nazifah, Lisa., (2021). Pengaruh Coaching Dan Mentoring Terhadap Kualifikasi Kelulusan Pelatihan Dasar CPNS Guru SD. *HOLISTIKA : Jurnal Ilmiah PGSD Volume V No. 1 Mei 2021*.
- Pratiwi, A. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @cgmbogor_fest. *Jurnal*).
- Sudiarti S., Munawaroh, S. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran di CV. Amily Hijab Tasikmalaya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 4(4), 34.
- Syawana, I.A.A.B. & Arsawati, J.N.N. (2022). Optimalisasi Media Sosial Dalam Upaya Promosi Desa Wisata di Desa Kenderan, Tegallalang, Gianyar. Kaibon Abhinaya: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–7.

Utami, Tri A., *et al.* (2022) “Minat Berkunjung Wisatawan Dianalisis Melalui Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Kuliner Warung Terapung.” *Jurnal Wacara Ekonomi* 22.1, 48 – 58.