

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2019). Fenomeda Medsos. Bogor: Guepedia.
- Ardial, H. (2014). Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bonaraja Purba, S. G. (2020). Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Cangara, H. (2007). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dyatmika, T. (2021). Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Effendy, O. U. (2014). Komunikasi Teori & Filsafat. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, Anang. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: Qiara Media
- Hermawan, Agus (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Iskandar, H. E. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi.
- Moleong, J. L. (2014). Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Rosady Ruslan, S. M. (2017). Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Bandung: Alfabeta. Tangerang Selatan: *Pascal Books*.
- Swastha Dh, Basu, 2002. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi dua, Yogyakarta: Liberty

Jurnal

- Anjelin, C., & Wahyuni, I. I. (2018) Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. *Communication*, 9(1), 73-102.
- Aryani & Murtiariyati. (2022) Instagram sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan pada A.D.A Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia* Vol.2 No. 2, 466-477.
- Permana dan Pratiwi (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*. Volume. 1, Nomor. 1
- Prihatiningsih (2017). MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA. *Jurnal Communication* VIII, Nomor 1.
- Putrid an Suharso (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia selama Pandemi Covid-19. *ANUVA* Volume 7 (2): 215-232.
- Rizaldi, N. R. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gereja Ayam Bukit Rhema (Wisata Alam, Religi, Kuliner Dan Edukasi) *Marketing Communication Strategy Bukit Rhema Chicken Church Tourism Object (Natural Tourism, Religion, Culinary, and Education)*. Sumber, 61,13-638.
- Rifa'i, M. (2021). Pengembangan strategi komunikasi pemasaran pokdarwis Desa Jurug dalam meningkatkan kunjungan wisatawan (Studi kasus di Desa Wisata Jurug Kecamatan Sooko Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Heritage*, 9(1), 20-35.
- Saraswati, R. (2017). Strategi Komunikasi Pengembangan Kreasi Wisata Kampung Rajut Binong Jati Sebagai Kampung Kreatif di Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kampung Wisata Rajut Binong Jati Kota Bandung) (Doctoral dissertation, UNPAS).

Suanti Tunggal, Ken Amasita Saadjad. (2019). Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai. Jurnal Komunikasi Vol. 11.