

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2019). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*. Rowman & Littlefield.
- David, F.R. (2011). *Strategic Management. Concept and Cases*, 13th edition. Prentice Hall.
- Deiss, R., & Henneberry, R. (2020). *Digital Marketing for Dummies*. John Wiley & Sons.
- Evans, N. (2015). *Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events*. Routledge.
- Fitzpatrick, K. R. (2005). *Public Relations Ethics*. SAGE Publications.
- Gomes, J. (2019). *Digital Business: Concepts and Strategies*. Pearson.
- Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson.
- Latief, Rusman. (2018). *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Munar, A. M., Gyimóthy, S., & Cai, L. (2013). *Tourism and Social Media: Transformations in Identity, Community and Culture*. Emerald Group Publishing.
- Mulyana, D. (2018). *Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Page, S. J. (2019). *Tourism Management*. Routledge.
- Prasetyo, B. D., et al. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press.

- Prasetyo, E. (2012). *Dasar-Dasar Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, A. (2021). *Digital Communication: Challenges and Opportunities*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suryadi, E. (2021). *Strategi Komunikasi: Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suwatno, H. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *International Tourism Highlights*. UNWTO.

Jurnal

- Achmad, Z. A. (2020). Review Buku: *Mediamorphosis: Understanding New Media* by Roger Fidler. Dalam Kriswibowo, A. & Nawangsari, E. R. (Eds.), *Potret Masyarakat dan Kebijakan Pemerintah dalam Menghadapi Tantangan Pandemi Covid-19*. Surabaya: Penerbit Prodi Administrasi Negara UPN Veteran Jawa Timur.
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Media Sosial *TikTok* terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 13(1), Maret.
- Krisdanu, C. A., & Sumantri, K. A. (2023). *TikTok* sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 24-36.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. Tersedia di <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>.