

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Gunawan, B., & Ratmono, B. M. (2021). *Medsos di antara dua kutub*. Indonesia: Rayyana Komunikasindo.
- Aji, H. K. (2021). *Produksi konten televisi dan konten media digital*. Unisri Press.
- Hamad, I. (2024). *Komunikasi Strategis*. Jakarta Timur : Penerbit Bumi Aksara.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram sebagai media marketing: Potret penggunaan Instagram sebagai media pemasaran online pada industri UKM*. CV Cendekia Press.
- Faustyna, Rudianto, hidayat. F. P, & Lubis F. H (2023). *Filsafat Komunikas*. Penerbit : Umsu Press.
- Anggito, A dan J. S. (2018) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kab. Sukabumi : Penerbit CV Jejak.
- Dartiningsih, B. E. (2016). Gambaran Umum Lokasi, Subjek, Dan Objek Penelitian. *Buku Pendamping Bimbingan Skripsi*, 129.
<https://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISET-KOM-2016.pdf#page=138>
- Tohardi A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Penerit : Tanjungpura University Press.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=YY9LEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=teknik+analisis+data+kualitatif+&ots=gAB81UZ1Hi&sig=W7zvJHcOjNqLM6xfb9GKN4gIk6s&redir_esc=y#v=onepage&q=teknik%20analisis%20data%20kualitatif&f=false
- Prawiyogi, A. G., Sunarjo, R. A., Oganda, F. P., Andayani, D., & Anjani, S. A. (2024). *Menuju karya ilmiah unggulan: Jurus jitu penulisan penelitian* (Edisi

eBook, 124 hlm.). Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM).

Koesomowidjojo, S.R.M (2020). *Dasar-dasar Komunikasi*. Jakarta : penerbit bhuana ilmu populer.

Rusdin, F. R., Ramonita, L., Ayu, I. S., Putri, I. G. A. A., & Yulianto, A. (2025). *Digital branding (strategi merek di dunia digital)*. Penerbit Widina.

Haro, A., Judijanto, L., Nugroho, M. A., Setiawan, R., & Susanti, R. (2024). *Brand management: Pengetahuan dasar tentang manajemen merek*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Daga, R (2024). *Branding marketing* (edisi E-book). Indramayu (: Penerbit PT Adab Indonesia

Olifia, S., Ambulani, N., Andini, D. T., Nahdiana, N., Azis, F., Haqiqi, P., Laksono, R. D., Gusma, A. Y. T., Kontessa, T. K., Fuadi, M. H., Maulana, R., Saktisyahputra, S., Ramadhanita, F. F., & Judijanto, L. (2024). *Seni komunikasi: Membangun keterampilan komunikasi yang kuat di era digital*. Penerbit Adab.

Hertita, D. (2024) *How To Build A Brand: Teknik Branding Ampuh Dan Kekinian*. (2024). (n.p.): Anak Hebat Indonesia.

Susanti, R. (2025). *Buku ajar komunikasi terapan: Antara teori dan praktik*. CV Intelektual Manifes Media.

Maulana, R., & Gunarso, S. (2025). *Buku ajar komunikasi pemasaran*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Branding Di Era 5.0: Ide-Ide Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dengan Cara Sederhana, Murah, Dan Tepat Sasaran. (2023). (n.p.): Anak Hebat Indonesia.

JURNAL ILMIAH & SKRIPSI

Agustin, A., Agustiani, H. A., & Kaloka, R. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA WAY KAMBANG EDUPARK DALAM MEMBANGUN*

- BRAND AWARENESS. *RISTEK : Jurnal Riset, Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang*, 7(1), 50–60. <https://doi.org/10.55686/ristik.v7i1.128>
- Aisyah Nur Iman Dwi Putri, Purwatiningsih Purwatiningsih, & Ratih Setyo Rini. (2025). Analisis Efektivitas Iklan Instagram sebagai Media Promosi UMKM Brown Bottle Coffee di Jakarta. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 43–56. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v3i1.1599>
- Chasanah, S. I. U., Futhona, A. K., & Kurniawati, D. O. (2023). Pengembangan Konsep Eduwisata di Kebun Buah Bendosari. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 297–301. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v4i1.151>
- Damar, E., Sukarelawati, & Agustini. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Curug Cigamea Kabupaten Bogor sebagai Promosi Wisata Melalui Instagram pada Masa Pandemi Covid-19. *Karimah Tauhid*, 3(5), 5787–5794. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i5.13283>
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5).
- Fahimah, M., & Setiyawan, B. A. A. (2023). KEPUASAN BERKUNJUNG DIKAWASAN EDUWISATA : DITINJAU DARI CITRA DESTINASI DAN FASILITAS. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis dan Manajemen)*, 7(2), 9–20. <https://doi.org/10.32682/r3kj2v62>
- Harining, N. L. S., & Suardana, I. K. P. (2024). PERAN INSTAGRAM @EXPLORELOMBOK DALAM MEMBENTUK CITRA PARIWISATA PULAU LOMBOK. *Paryatka Jurnal Pariwisata Budaya dan Keagamaan*, 2(2), 249–258. <https://doi.org/10.53977/pyt.v2i2.1650>
- Harsari, R. N. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA INSTAGRAM @STYLEILOOKSS. Dalam *Jurnal Media Kom: Vol. X* (Nomor 1).
- Hermesen, S., & Afrizal, S. (2024). Peran Instagram dalam Perilaku Komunikasi Secara Langsung di Kalangan Mahasiswa Untirta. *EDU SOCIATA (JURNAL PENDIDIKAN SOSIOLOGI)*, 7(1), 371–382. <https://doi.org/10.33627/es.v7i1.2040>

- Holipiah, N., Hamidah, H., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Komunikasi Humas Polda Sumsel dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian Daerah Sumatera Selatan Melalui Instagram @polisi_sumsel. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(3), 14. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i3.2488>
- Islam, J. S., Humaniora, D., Santoso, A. B., Romadon, S., & Prakoso, J. H. (2025). *AL MIKRAJ Strategi Komunikasi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram Bimbapedia*. 5. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.7071>
- Mohamad Sudi, Andi Alimuddin Unde, Nurul Ilmi Idrus, & Hafied Cangara. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA BERBASIS BUDAYA LOKAL DI BIAK NUMFOR PAPUA. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 18(2), 163–173. <https://doi.org/10.52049/gemakampus.v18i2.337>
- Muhtarom Ayoga, H., & Saputro, E. P. (2025). *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram @molla_studio*. 4(3), 777–795. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4775>
- Nugraha, B., & Fakhrudi Akbar, M. (2018). *Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram*. 2(2), 95–101.
- Pradnyani Novianti, K. D., Purnami Rusadi, N. W., Dera Setiawan, I. G. B., & Putra Ariawan, I. W. A. (2020). Pelatihan Pengembangan Eduwisata di Kebun Inspirasi Utama. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 3(1), 87–91. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v3i1.227>
- Pratami, M., Sahid, S., Mustofa, A. N. A., Refaldy, M. A., & Rahman, K. Z. (2025). Pengembangan Zonasi Eduwisata di Kawasan Pendidikan Institut Teknologi Sumatera (ITERA) untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(2), 1417–1432. <https://doi.org/10.38035/r.rj.v7i2.1351>
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal*

of Management, Accounting, and Administration, 1(2), 77–84.
<https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>

Rachmasari, D., & Askandari, S. (2024). PERAN KONTEN POST INSTAGRAM DALAM KEBERLANJUTAN BISNIS. *Jurnal Bisnis Terapan*, 8(2), 194–205.
<https://doi.org/10.24123/jbt.v8i2.6956>

Sri Rahayu, H., Yulianti, E., & Sandi Yuda, M. (2023). Strategi Komunikasi Promosi @DesaWisataHanjeli Melalui Instagram. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 195–207. <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.7340>

Sudirman Sudirman, Margareta Rahayuningsi, & Aditya Marianti. (2024). Eduwisata sebagai Model pengembangan Wisata yang Berorientasi pada Pendidikan dan Kesadaran lingkungan di Hutan Mangrove Karangsong Indramayu-Indonesia. *JURNAL SOLMA*, 13(2), 809–819.

Tjoa, H. B., Sutjipto, C. C., Valerie, V., & Wijayanti, S. H. (2024). Pemasaran Produk dengan Pendekatan AIDA oleh Influencer di Media Sosial TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(2), 235–247. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i2.1032>

Wahidanti Zahrahast, C., Kartiwa, A., Ginanjar, Y., Ekonomi dan Bisnis, F., Manajemen, P., Situ No, J., & Situ Kec Sumedang Utara Sumedang, K. (2022). *Analysis Of Marketing Communications in Building Brand Awareness at Distro Madman Wear Sumedang Universitas Sebelas April*.

Yuliani, H. (2022). TRANSFORMASI MEDIA KOMUNIKASI BISNIS MELALUI INSTAGRAM (Studi Pada Akun Instagram @Bengkuluculinery). *JURNAL MADIA*, 2(1). <https://doi.org/10.36085/madia.v2i1.3042>

Yuni Kartika, & Tomi Hendra. (2023). MODEL PENGELOLAAN INSTAGRAM @diskominfodharmasraya SEBAGAI MEDIA INFORMASI TENTANG KABUPATEN DHARMASRAYA (DITINJAU DARI PERSFEKTIF KOMUNIKASI MASSA). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Sejahtera*, 1(4), 86–108. <https://doi.org/10.59059/jpmis.v1i4.76>

Yusnaini, Y.-. (2023). AKUN INSTAGRAM @ILMU_KOMUNIKASI_UNH SEBAGAI MEDIA INFORMASI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS NURDIN HAMZAH JAMBI. *Jurnal Bincang Komunikasi*,
1(2), 10–19. <https://doi.org/10.24853/jbk.1.2.2023.10-19>

