

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Chhabra, D. (2022). *Resilience, Authenticity and Digital Heritage Tourism* (1st Edition). Routledge. New York.
- Cresswell, J. W., & Cresswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth Edition). SAGE Publications Inc. London.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th Ed.). Sage Publications Inc. Chingago.
- Dimanche, & Bowen. (2016). *The food event: A global perspective*.
- Effendi, O. U. (2017). *Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Goldblatt, J. (2018). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration* (7th Edition). Wiley. New York.
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Samsu. (2021). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development* (Rusmini, Ed.; Cet. 2). Jambi: PUSAKA JAMBI.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2018). *Communication theories: Origins, processes, and consequences*. (11th ed.). Routledge. New York.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cet. 3). Bandung: Alfabeta.
- Sutikno, M. S., & Hadisaputra, P. (2020). *Penelitian Kualitatif* (Nurlaeli, Ed.; 1st Ed.). Holistica.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (Edisi Revisi). Yogyakarta: Pustaka Lasaran.

Jurnal

- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU. *Jurnal Fisip Universitas Tadulako*, 9(2), 178–179.
- Ermawan, D. (2017). *Pengaruh Globalisasi terhadap Eksistensi Kebudayaan Daerah di Indonesia*. *Jurnal Kajian LEMHANNAS RI*.
- Habibah, A. F. & I. (2021). *Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru*. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Irawati, D., Fatah Natsir, N., Haryanti, E., & Islam, E. (2021). *Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif "Epistemologi Islam"* Kata kunci. *JIIIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870–880. <http://Jiip.stkipvapisdompu.ac.id>
- Karim, A. A. (2019). *Pengaruh Isi Pesan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Anak Remaja (Survei Pada Followers Instagram @EdInlaura)* [Skripsi]. Universitas Satya Negara Indonesia.

- Kumalasari, A., Faridatun Ni'mah, F., & Wulandari, L. N. R. (2023). *Analisis Konstruksi Sosial dalam Kegiatan Karnaval pada Masyarakat Muncar Banyuwangi*, *Student Reseach Journal*,1(6), 148 – 155.
- Mahardika, E., & Aji, G. G. (2018). *IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM PROMOSI PARIWISATA (STUDI KASUS PADA KOTA WISATA BATU)*. 2(2), 5–8.
- Marlowibowo, I. (2022). *Pemanfaatan Instagram @FestivalDieng Sebagai Media Promosi Pada Acara Dieng Culture Festival Tahun 2015-2020* [Skripsi]. Universitas Katholik Soegijapranata.
- McKercher, B. (2016). *Towards a taxonomy of tourism products*. *Tourism Management*, 54, 196–208. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.008>
- Nanda, R. M. (2021). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Di Kota Pekanbaru (Studi Akun Instagram @Mitrahotelpku)* [Skripsi]. Universitas Islam Riau.
- Nuriman, Abubakar, M. Bin, Aiyub, Hasan, K., & Suzzanna, E. (2022). *Mehamami Analisis Kualitatif: Memapar Teknik Memperlakukan Data Teorganisir, Terstruktur, dan Sistematis* (L. F. Saidina, Ed.; Edisi Pertama). PT. Tandaseru Consulting Indonesia. [https://repository.iainlhokseumawe.ac.id/id/eprint/327/1/Buku Referensi Memahami%20Analisis%20Kualitatif.pdf](https://repository.iainlhokseumawe.ac.id/id/eprint/327/1/Buku%20Referensi%20Memahami%20Analisis%20Kualitatif.pdf)
- Prabowo, B. (2018). *Respon Pengguna Instagram dalam Memperkenalkan Wisata Kabupaten Semarang: Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengunjung Celosia* [Skripsi]. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Pratiwi, S. (2021). *Pengaruh Pemberitaan Media Online Terhadap Pembentukan Opini Publik Mengenai Citra Polri (Studi Pada Audience Media Berita Online Di Kota Bogor)* [Skripsi]. Telkom University.
- Putra, A. D. H. (2022). *Studi Tipologi dan Morfologi Palebahan Saren Kangin Delodan Puri Saren Agung Ubud Sebagai Bentuk Adaptasi Bangunan Budaya untuk Menjaga Tradisi* [Thesis]. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Qibtiyah, A. M. (2022). *Pelestarian Tradisi Sedekah Bumi Sebagai Kearifan Lokal Masyarakat dalam Memperkuat Identitas Nasional (Studi Kasus di Desa Tegal Taman Kabupaten Indramayu)* [Skripsi]. Universitas Pasundan.
- Rahman, W. N. A., & Mutum, D. S. (2022). *Consumer Engagement With Visual Content on Instagram: Impact of Different Features of Posts by Prominent Brands*. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 14(1). <https://doi.org/10.4018/IJESMA.295960>
- Rahmawati, L., & Arifin, D. (2020). *Analisis Konten Inspirasi pada Akun Instagram @Opetren*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah*, 8(1), 11–20.
- Rozali, Y. A. (2022). *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik*. In *Penggunaan Analisis Konten dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* (Vol. 19). www.researchgate.net
- Sari, N. A., & Hayati, R. (2020). *Analisis Konten Hiburan pada Akun Instagram @BaimPaula pada Tahun 2019*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, Vol. 8(1), 1–10.
- Sespiani, K. A., & Triwibowo, W. (2022). *Efek Pesan Persuasif terhadap Persepsi akan Kualitas dan Keinginan untuk Membeli (Studi Eksperimental pada Label Produk Kosmetik)*.

Wahyuningsih, F. L. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Youtube Dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budaya Dan Promosi Pariwisata Kraton Jogja* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wijayanti, & Susanti. (2021). *Analisis Konten Informasi pada Akun Instagram @pikiran_rakyat*. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 71–82.

Yakup, A. P. (2019). *PENGARUH SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA*.

Yasin, P. F. (2023). *Pengemasan Pesan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Akun Tiktok @kemenparekraf* [Skripsi]. Universitas Pembangunan Jaya.

Zulkifli, A. (2021). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Nasib Kebudayaan Nasional. *Sosial Dan Budaya*, 2(2), 34–37. <http://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index>.

Website

Adinda Nawangwulan. (2023, August 24). *Beberapa Tren di Instagram Tahun 2023 dan Tips Membuatnya*. Kelas.Work.

Andreas, S. (2021, January 26). *6 Jenis Konten di Instagram untuk Dimaksimalkan*. Socialmediamarketer.

Jayani, D. H. (2021). *Kunjungan Wisatawan Mancanegara Sebesar 138,9 Ribu pada Juli 2021*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/01/kunjungan-wisatawan-mancanegara-sebesar-1389-ribu-pada-juli-2021>

Kemenparekraf. (2024). *Festival Budaya di Kalimantan Timur yang Masuk KEN 2024*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/festival-budaya-di-kalimantan-timur-yang-masuk-ken-2024>

Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia — Data Reportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Nadhiroh, F. R. (2022, April 28). *Mengenal Pesta Sekura, Tradisi Unik untuk Menyambut Idulfitri*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/fatma-roisatin-nadhiroh/mengenal-pesta-sekura-exp-clc2?page=all>

Putri, R. S. (2024, January 3). *Sandiaga Sebut Kunjungan Wisatawan 2023 Nusantara Meningkat 15 Persen Dibandingkan Sebelum Pandemi*. Tempo.Co.

Putri, V. K. M. (2022, February 25). *Jenis-jenis new media*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/25/120000469/jenis-jenis-new-media-media-baru->

Riani, A. (2023). *Cerita Akhir Pekan: Mengemas Festival Budaya agar Dilirik Wisatawan Mancanegara*. Liputan6.Com. https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5217770/cerita-akhir-pekan-mengemas-festival-budaya-agar-dilirik-wisatawan-mancanegara#google_vignette

Syamyanti, R. (n.d.). *Pariwisata Budaya untuk Pelestarian Cagar Budaya*. Kemdikbud.Go.Id.