

REFERENCE

- Agfianto, T., & Rahman, A. F. (2020). The economic impact of man-made tourism development towards the local community in Kota Batu, East Java (Case Study: Pasar Parkiran Jatim Park I). *E-Journal of Tourism*, 7(1), 37.
- Amaliah, N., Fianto, A. Y. A., & Yosep, S. P. (2015). Perancangan media promosi PT Petronika sebagai upaya pembentukan citra perusahaan. *Jurnal Art Nouveau*, 4(1), 133–143.
- Ardhina, J., & Volume, S. (2024). Kata kunci: Dwibahasa, keramik, promosi, souvenir, website. 4(6).
- Cresswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (6th ed.). Pearson.
- Ekadewi, S., Yunanto, P. W., & Sastrawijaya, Y. (2018). Pengembangan website dan pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan promosi pariwisata di Kabupaten Bangka Selatan. *PINTER: Jurnal Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 2(1), 9–16.
- Garcia-Haro, M. A., Martinez-Ruiz, M. P., Martinez-Cañas, R., & Ruiz-Palomino, P. (2021). Benefits of online sources of information in the tourism sector: The key role of motivation to co-create. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2051–2072.
- Garaika, G. (2020). The classification of promotion media of a college to improve the management of promotion for a private college in the East Ogan Komering Ulu District. *Technology Acceptance Model*, 11(1).
- Gautam, P. (2021). Unit 6 tourism system: Components, elements, and models. *Concept and Impacts of Tourism*, 81–96.
- Ikasari, H. (2021). Strategies to improve the attractiveness of Sam Poo Kong Temple as a cultural tourism site of Semarang City, Central Java, Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 9(1).
- Izzak, A. (2009). Bilingualisme dalam perspektif pengembangan bahasa Indonesia. *Mabasan*, 3.
- Jones, N. B., Miles, P., & Beaulieu, T. (2021). The value of social media advertising strategies on tourist behavior: A game-changer for small rural businesses. *Journal of Small Business Strategy*, 31(4), 64–75.

- Kusuma, A., Darma, D., & Sari, S. R. (2023). Analisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Universitas Bangka
- Belitung berdasarkan engagement rate, impression dan reach. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 9(2), 105–116.
- Riyan, S., & Suwarti. (2021). Pengembangan daya tarik wisata alam dan buatan berbasis community based tourism sebagai destinasi unggulan di Kalibening Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 41–48.
- Santosa, A. (2022, April 18). Alur pembuatan website - Jasa pembuatan website dan aplikasi profesional. *Seven Media Technology*.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya website sebagai media informasi destinasi wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4), 1–17.
- Trimarsiah, Y., & Arafat, M. (2017). Analisis dan perancangan website sebagai sarana informasi pada lembaga bahasa kewirausahaan dan komputer AKMI Baturaja. *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 19, 1–10.
- Umardi, R. I. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi wisata Taman Balekambang Surakarta. 9, 356–363.
- UK Essays. (2015, January 1). Impacts of a natural or man-made disaster tourism essay. Retrieved from
- Utama, Y. (2011). *Jurnal_Yadi_Utama_Sistem_Informasi_Berbasis_Web*. Universitas Sriwijaya, 3, 359–370.