

DAFTAR PUSTAKA

- Andzani, D., Virgin, D., & Setijadi, N. (2024). Peran Media Sosial Dalam Membangun Citra Destinasi Pariwisata yang Menarik. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 11(1), 188-195.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Aulia, N., Gunawan, W., & Yunita, D. (2024). Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram@ Roro_Yustina). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10(1), 65-81.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Dianova, H., Pamungkas, A. P., Azzahra, G., Aqidah, S. W., Devi, S. A. T., & Khaerani, R. (2024). Pengaruh Citra Destinasi Di Media Sosial Terhadap Minat Kunjungan Destinasi Ekowisata Hutan Mycelia Lembang. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 12(2), 261. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2024.v12.i02.p09>
- Fitriani, E. N., & Rahmawati, L. (2021). Purchase Decisions Of Muslim Clothing Influenced by Halal Lifestyle, Product Quality, Price with Religiosity as Moderation. *In Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 4(2), 121–178.
- Ghozali, I. (2018). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program IBM SPSS 24*. Remaja Karya Offset.
- Gofar, S., & Chrismardani, Y. (2024). Pengaruh konten visual di Instagram dan citra destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan Gen Z pada Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 5(2), 64–74.
- Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis profil dan karakteristik pengguna media sosial di Indonesia dengan metode EFA dan MCA. *Techno.COM*, 20(1), 69–82.
- Irsandi, M. F., & Sulthon, M. Z. (2024). Dampak penggunaan Instagram terhadap bisnis dan sebaran informasi. *SINTAMA: Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 271–282.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Maulidiyah, I. A., & Fathor, A. (2024). Peran Media Sosial Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Pada Desa Wisata Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 32(3), 167–186.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods*

sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurahma, A., & Fikri, M. A. (2025). Analysis of Instagram Visual Content@ desa_kemiren in Building Kemiren Village Tourism Image. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 90–99. <https://doi.org/10.21070/kanal>.
- Pratama, A. R., & Irwansyah, M. R. (2020). Analisis Kesadaran Cybersecurity Pada Pengguna Media Sosial Di Indonesia,”. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 1164.
- Putri, S. N., Nurhadi, K., & Wati, A. (2021). Undergraduate students’ experiences on online learning due to COVID-19 pandemic: The influence of engagement and pedagogical characteristic in EFL context. *Academic Journal Perspective: Language, Education and Literature*, 9(2), 124–134. <https://doi.org/10.33603/perspective.v9i2.6241>
- Putri, K. T., & Sanjiwani, P. K. (2022). Penggunaan Instagram sebagai Strategi dalam Menarik Minat Wisatawan saat Pandemi COVID-19 di Jakarta Aquarium, Indonesia. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 10(2), 180. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2022.v10.i02.p03>
- Rabbani, F. K., Sukanda, U. F., & Salsabil, L. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Disbudpar Kota Tangerang Terhadap Minat Berkunjung Ke Destinasi Wisata Di Kota Tangerang (Survey Terhadap Follower @disbudpar_kotatng). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 3(2), 121–178.
- Rahmayanti, A. F., & Ediati, A. (2022). Pertemanan online dan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna Instagram. *Jurnal Empati*, 11(5), 325–331.
- Rianto, P. (2021). *Media Sosial dan Komodifikasi Sosial Anak Muda*. Remaja Karya Offset.
- Salsabila, A., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Optimalisasi Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Destinasi Pariwisata Kota Bogor. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(2), 1163–1175. <https://doi.org/10.63447/jimik.v6i2.1411>
- Sholeh, M., Suraya, & Zaitunah, A. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai alternatif dalam memperkenalkan produk pelaku usaha. *DHARMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 12–20.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 3)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif , R&D*. Alfabeta.
- Triyana, C. S., Silvia, D., Astria, N., & Fitrianty, R. (2025). From Standards to Practice: Evaluating Restaurant Management and Tourism Policy Compliance for Local Prosperity. *Tourism Scientific Journal*, 11(1), 21–33. <https://doi.org/10.32659/tsj.v11i1.462>

- Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan Prodi Usaha Perjalanan Wisata , Akademi Pariwisata Indonesia Jakarta. *International Journal of Tourism and Education - Edu Turisma*, 7(1), 1–23.
- Yudianoro, D., & Astutiningsih, S. E. (2024). Pendampingan Pokdarwis dan pengelolaan wisata pantai di Tulungagung dalam meningkatkan engagement pengunjung melalui media sosial marketing. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 4(1), 1–18.