

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, D. A. (2014). *Aaker on Branding: 20 Principles that Drive Success*. Morgan James Publishing. <https://doi.org/10.1080/1046669X.2016.1186475>.
- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT RajaGrafindo Persada.
- Anggraini, N. et.al. (2021). *Marketing Tourism Services*. Media Sains Indonesia.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism dan Communication) Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Prenada Media.
- Bungin, B. (2012) *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Creswell, J.W. (2017). *Research Design: Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan Campuran (Ed.4)*. Pustaka Pelajar.
- Creswell, J.W., Creswell, J.D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage.
- Effendy, O.U. (2018) *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Remaja Rosdakarya.
- Fog, K. et al. (2010). *Storytelling: Branding in Practice. Second Edition*, Frederiksberg.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Moleong, L.J. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D., Arifin, A., Cangara, H. (2013). *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Kencana.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- McKee, R., & Gerace, T. (2018). *Storynomics: Story-driven marketing in the post-advertising world*. Hachette UK.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Yin, R.K. (2011). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Rajawali Pers.

Zarella, D. (2010). *The social media marketing book*. PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAP.

Jurnal:

Agustina, L. (2020). Viralitas Konten Di Media Sosial. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149-160.

Alivianna, S., Alviandra, R. (2020). Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang, *SENORITA*, 1(1), 248-257.

Apriliyanti, E., Hidayah, S., & Zainurossalamia ZA, S. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v12i1.7308>.

Aripradono, H. W. (2020). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121–128. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>.

Aryawati, N. P. A. (2020). Digital Tourism: Strategi Menarik Wisatawan Milenial Ke Ntb. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), 87–92. <https://doi.org/10.47492/jih.v9i1.34>.

Cahyono, A. H. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal PUBLICIANA*, 9(1), 140–157.

Conterius, et al. (2020). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gunung Fatuleu, Desa Nunsanen, Kecamatan Fatuleu Tengah, Kabupaten Kupang, *Jurnal Tourism*, 4(1), 83-92.

Christiani, L. C., Ikasari, P. N., & Nisa, F. K. (2022). Creative tourism development through storynomics tourism model in Borobudur. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(3), 871-884.

Datubara, B. M., & Irwansyah, I. (2019). Instagram TV: Konvergensi Penyiaran Digital dan Media Sosial. *Mediator*, 12(2). <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.4778>.

Dwityas, N. A. (2016). Komunikasi dan Pariwisata: Peran User Generated Content bagi Traveler dalam Media Sosial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 2(1). <https://doi.org/10.31289/simbollika.v2i1.224>.

Endri, E., & Prasetyo, K. (2021). New Media: Instagram @sumbar_rancak as a Means of Promoting Tourism in West Sumatra. *AL MUNIR : Jurnal*

Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 12(01), 106–114.
<https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v12i01.2891>.

- Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). *Instagram Tourism: Menciptakan Hype Pada Destinasi Wisata (Studi Pada Akun @Indoflashlight)*. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(2), 105. <https://doi.org/10.31445/jskm.2020.2856>.
- Hays, S., Page, S.J., dan Buhalis, D. (2013). Social Media as a Destination Marketing Tool: Its Use By National Tourism Organizations. *Current Issues in Tourism*, 16 (3), 211-239. <http://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>.
- Heliany, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.551>.
- Herlina, N., & Lubis, E. E. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1–15. https://www.neliti.com/publications/204931/efektivitas-komunikasi-akun-Instagram-sumbar_rancak-sebagai-media-informasi-online-pariwisata-sumatera-barat.
- Howison, S., Higgins-Desbiolles, F., & Sun, Z. S. (2017). Storytelling in tourism: Chinese visitors and Māori hosts in New Zealand. *Anatolia*, 28(3), 327–337. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1318296>
- Irwin, S. O. (2014). *Embodied being: Examining tool use in digital storytelling*. *Tamara: Journal for Critical Organization Inquiry*, 12(2).
- Istanto, F. H., et al. (2016). Pengembangan Potensi Wisata Berbasis Brand Destination (Studi Kasus Destinasi Wisata Budaya Di Trowulan). *Conference on Management and Behavioral Studies*.
- Kusmiati, Y. (2020). Promosi Pariwisata Islami Sebagai Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Pagaralam Sumatera Selatan. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v24i1.17874>.
- Leonita, I. G., et al. (2022). Strategi Branding Budaya Pariwisata 4.0 Melalui Digital Tourism Di Kabupaten Gianyar. *Habitus*, 6(1), 53. <https://doi.org/10.20961/habitus.v6i1.61079>.
- Marizki, A., Masril, M., & Pasaribu, I. (2022). Konsep Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Danau Toba Kabupaten Samosir Sumatera

- Utara. *JURNAL SIMBOLIKA*, 8(1), 42–50. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v8i1.5715>.
- Nafisah, N., & Widyayanti, E. R. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul). *STIE Widya Wiwaha EBooks*. <http://eprint.stieww.ac.id/713/>.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado. *JURNAL ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 7(4).
- Nugraha, Y. E., & Dami, K. (2021). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansemau). *Journey*, 4(1), 169–194. <https://doi.org/10.46837/journey.v4i1.69>.
- Ohorella, N., Annisa, N., & Prihantoro, E. (2022). Pengaruh Akun Instagram @sumbar_rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi. *Komunika*, 18(2), 46–54. <https://doi.org/10.32734/komunika.v18i2.9045>.
- Powers, D. (2012). Notes on Hype, *International Journal of Communication*, 6, 17. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1441/736>.
- Pratyaksa, I. G. T. (2020). New Media Sebagai Strategi Komunikasi Online Pariwisata Untuk Mempromosikan Potensi Lokal Desa Wisata Sudaji. *C U L T O U R E: Culture Tourism and Religion*, 1(2), 198–208.
- Putri, R. H., & Edlina, R. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Masa New Normal Melalui Media Youtube. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(2), 301–309. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i2.438>.
- Rahayu, D. Y. S., & Khusna, I. H. (2021). Instagram Dan Perubahan Aktivitas Berwisata Masyarakat Banyumas. *Jurnal Jurnalisa: Jurnal Jurusan Journalistik*, 7(1). <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v7i1.20252>.
- Rahman, N., & Widiastuti, N. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Instagram Wisata Taman Nasional Way Kambas. *VISIONER*, 2, 298–303.
- Robin, B. (2016). The Power of Digital Storytelling to Support Teaching and Learning. *Digital Education Review*, 30, 17–29. <https://doi.org/10.1344/der.2016.30.17-29>.
- Romadhoni, R.A., Siallagan, M., Mayangsari, L. (2019). *Virality in Social Media Advertising: A Case Study in Bandung Tourism. The Asian Journal of Technology Management*, 12(3), 204-211

- Rufalzyh. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Labuan Bajo oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat NTT. *Universitas Islam Indonesia*.
- Sitepu, E., & Sabrin, S. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *MESSAGE: JURNAL KOMUNIKASI*, 1(1), 28–44.
- Subarkah, A. R., Rachman, J. B., & A. (2020). Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Kepariwisataaan*. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.53>.
- Wahyu, A. Y. M., Berto, A. R., & Murwani, E. (2022). Storytelling, citra destinasi, dan pengalaman merek pada video promosi kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(2), 679–698. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i2.4928>.
- Widaningsih, T. T., et al. (2020). Pengaruh Terpaan Media dan Daya Tarik Destinasi Wisata terhadap Minat Berwisata. *Komunikatif*, 9(2), 174–190. <https://doi.org/10.33508/jk.v9i2.2742>.
- Widianingsih, Y., & Cahyani, I. P. (2020). *Digital Storytelling* Melalui Media Sosial dalam Aktivitas Kehumasan Pada Perguruan Tinggi Alih Status. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 109. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i2.16446>.
- Widjaja, Y. R. (2018). Pengaruh *Brand Destination* Dan Produk Wisata terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui *Word of Mouth* (Studi Pada Objek Wisata Pantai Karang Tawulan Kabupaten Tasikmalaya). *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.685>.
- Yanti, D. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata Di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung*, 27(1), 814–821. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v27i1.137>.

Internet:

- Birra, F. A. (2018, Desember 18). Traveloka: *Instagramable* Jadi Pertimbangan Utama Wisata di Indonesia, retrieved February 18, 2023, from, JawaPos.com. <https://www.jawapos.com/wisata-dan-kuliner/travelling/18/12/2018/traveloka-Instagramable-jadi-pertimbangan-utama-wisata-di-indonesia>.
- Cloudflare Radar. (2023). 2022 Year in Review, retrieved February 18, 2023, from <https://radar.cloudflare.com/year-in-review/2022>.

- Data Indonesia. (2022, Nov 28). Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram Pada Oktober 2022, retrieved February 18, 2023, from <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>.
- Goodstats. (2022, June 21). Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022, retrieved February 18, 2023, from *GoodStats*. <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>.
- Hastuti, I., Anggraini, M., & Budiman, I. (2023). Konsep Pariwisata Hijau Bagi Pemulihan Model Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 175-188. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7781396>
- Hulu, M. et al. (2021). Dampak Media Sosial Dan *Word of Mouth* Terhadap *Overtourism*. *Pariwisata*, 8(2), 106-115.
- Instagram. (2023) About Instagram, retrieved February 19, 2023 from <https://about.instagram.com/>
- Kasali, R. (2017, November 20). "Esteem Economy", Ketika Setiap Orang Haus Pengakuan Halaman all - Kompas.com. *KOMPAS.com*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/20/063000526/-esteem-economy-ketika-setiap-orang-haus-pengakuan?page=all>.
- Miller, C. (2017, January 27). How Instagram Is Changing. Travel, retrieved February 18, 2023, from <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/how-instagram-is-changing-travel>.
- NapoleonCat. (2022, June 1). Instagram users in Indonesia June 2022. retrieved February 18, 2023, from <https://napoleoncat.com/stats/Instagram-users-in-indonesia/2022/06/>.
- Neraca Satelit Pariwisata Daerah Sumatera Barat 2021. (2022, January 6). <https://Dispar.Sumbarprov.Go.Id/>. Retrieved January 21, 2023, from https://dispar.sumbarprov.go.id/images/2022/01/file/NERACA_SATELIT_PARIWISATA_DAERAH_PROVINSI_SUMBAR_compressed.pdf.
- Ratnasari, Y. (2017, June 15). Kenapa Memilih Tempat Wisata Begitu Penting Bagi Milenial? retrieved February 18, 2023, from [tirto.id](https://tirto.id/kenapa-memilih-tempat-wisata-begitu-penting-bagi-milenial-clEo). <https://tirto.id/kenapa-memilih-tempat-wisata-begitu-penting-bagi-milenial-clEo>.