

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. T., Martunik, & Safii, M. (2018). Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi di Indonesia. *Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, 2 Nomor 1, 41-48. doi:10.17977/um008v2i12018p041
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @INDTRAVEL). *Jurnal Sositologi*, 15 Nomor 3, 378-389. doi:10.5614/sostek.2016.15.3.6
- Burhan, F. A. (2021, Januari 26). *Rapor Traveloka saat Corona: Pengguna Naik 100%, Staycation jadi Tren*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/600ff8c8eed81/rapor-traveloka-saat-corona-pengguna-naik-100-staycation-jadi-tren>
- CekAja. (2018, Desember 27). *5 Situs Penyedia Layanan Tiket Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2018*. Retrieved from cekaja.com: <https://www.cekaja.com/info/5-situs-penyedia-layanan-tiket-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2018>
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Duncan, T. (2008). *Principles of Advertising & IMC 2nd Edition*. Singapore: The McGraw-Hill Companies.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Floreddu, P. B., & Cabiddu, F. (2016). Social Media Communication Strategies. *Journal of Services Marketing*, 30 No. 5, 490-503. doi:10.1108/JSM-01-2015-0036
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Gewati, M. (2019, 03 23). *BI: Industri Pariwisata Jadi Sektor Paling Hasilkan Devisa*. Retrieved from [travel.kompas.com: https://travel.kompas.com/read/2019/03/23/084500627/bi--industri-pariwisata-jadi-sektor-paling-hasilkan-devisa](https://travel.kompas.com/read/2019/03/23/084500627/bi--industri-pariwisata-jadi-sektor-paling-hasilkan-devisa)
- Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Jatmiko, L. D. (2020, November 10). *APJII: 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet*. Retrieved from [Bisnis.com: https://bisnis.com](https://bisnis.com)

<https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/apjii-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet>

- Juska, J. M. (2018). *Integrated Marketing Communication: Advertising and Promotion in a Digital World*. Routledge.
- Krippendorff, K. (2013). *Third Edition Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. America: SAGE Publications.
- Listiorini. (2019, Oktober 26). *10 Aplikasi Booking Hotel dan Pesawat Terbaik di Android*. Retrieved from carisinyal.com: <https://carisinyal.com/aplikasi-booking-hotel-dan-pesawat/>
- Looy, A. V. (2016). *Social Media Management*. Switzerland: Springer International Publishing AG Switzerland.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Mertha Jaya, I. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018, Desember). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi Untar, 10 Nomor 2*, 167-176. doi:10.24912/jk.v10i2.2619
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion*. New York: Roudedge Communication Series.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destriy, N. A., Amalia Avina, D. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Pusparisa, Y. (2020, Juni 1). *Pekerja di 3 Sektor Pariwisata Ini Paling Terdampak Covid-19*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/02/pekerja-di-3-sektor-pariwisata-ini-paling-terdampak-covid-19>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019, Juni). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common, 3 Nomor 1*, 71-80. Retrieved from <https://search.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Putri, A. F., Hartati, T., & Purwinarti, T. (2017, Oktober). Analisis Konten Kreatif Pada Fanpage Facebook Cadbury Dairy Milk Tahun 2016. *Jurnal*

- Penelitian dan Pengembangan Humaniora Epigram, 14 Nomor 2*, 131-142.  
doi:10.32722/epi.v14i2.1023
- Rizal, V. Z. (2019, Juni). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi, 4 Nomor 1*, 75-87.  
doi:10.33376/ik.v4i1.291
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish (Group Penerbitan CV Budi Utama).
- Rukajat, D. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish (Group Penerbitan CV Budi Utama).
- Rumata, V. M. (2017, December 12). Objektivitas Berita pada Media Dalam Jaringan. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, 21 Nomor 2*, 111-125. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/223276/the-objectivity-of-online-newsmedia-the-content-analysis-of-the-jakarta-governor>
- Setiaji, D. (2017, Agustus 28). *Strategi Tiket.com, Traveloka, dan Pegipegi Hadapi Persaingan di Indonesia*. Retrieved from [id.techinasia.com: https://id.techinasia.com/strategi-tiket-com-traveloka-dan-pegipegi](https://id.techinasia.com/strategi-tiket-com-traveloka-dan-pegipegi)
- Sukoco, S. A. (2018). *NEW Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jember, Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020, Juli). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi COVID-19 di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3 Nomor 2*, 16-29.  
doi:10.23969/linimasa.v3i2.2754
- Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., . . . Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Trisnanto, A. A. (2013). *Ngobrol Santai soal MarComm*. Yogyakarta: Jogja Bangkit Publisher (Anggota Ikapi).
- Utami, M. A., Lestari, M. T., & Satria Putri, B. P. (2016, Agustus). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial Instagram. *e-Proceeding of Management, 15 Nomor 2*, 859-866. doi:sostek.itbj.2016.15.02.13