

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (E. 1 (ed.)). CV. Syakir Media Press.
- Achmadi, H., Suharno, & Suryani, N. (2014). Penerapan Model Assure Dengan Menggunakan Media Power Point Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Sebagai Usaha Peningkatan Motivasi Dan Prestasi Belajar Siswa Kelas X MAN Sukoharjo Tahun Pelajaran 2012/2013. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(1), 35–48. <http://jurnal.fkip.uns.ac.id>
- Fathor, A. S., Arief, M., & Syarif, M. (2021, December). Eksplorasi Pemanfaatan Social Media Marketing Instagram Dalam Promosi Pantai Ekasoghi. In Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH) (pp. 11-20).
- Herat, R. A., Rembang, M. R., & Kalangi, J. (2015). Peran Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(4), 1–12. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download/8506/8081>
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.
- Isnaini, L. M. Y., & Hasbi, H. (2020). Peran Sport Tourism Dalam Pengembangan Ekonomi di NTB. *Jurnal Lembing PJKR*, 4(2), 27–32. <https://unu-ntb.e-journal.id/lembing/article/view/13>

- Isnaini, L. M. Y., & Hasbi, H. (2020). Peran Sport Tourism Dalam Pengembangan Ekonomi di NTB. *LEMBING PJKR (Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi)*, 4(2), 27-32
- Kaharuddin, K. (2021). Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1-8.
- Kertamukti, R., Ilmu, D., Uin, K., & Kalijaga, S. (2015). *INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)*. 08(01), 57–66.
- Lenaini, I., & Artikel, R. (2021). *TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING INFO ARTIKEL ABSTRAK*. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Murdiyanto, E. (2011). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman. *Sepa*, 7(2), 91–101.
- Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Pamungkas, I. (2019). Pemanfaatan Media Social Instagram Sebagai Media Periklanan UMKM Di Beteng Trade Center (BTC) Solo. Solo: Universitas Sebelas Maret.

- Priambodo, D. S. (2019). Peran media sosial instagram Exploreponorogo sebagai sarana promosi pariwisata di Kabupaten Ponorogo (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Prisgunanto, I. (2006). Komunikasi Pemasaran: strategi dan taktik. Bogor: Ghalia Indonesia, 82-87.
- Putra, A. A. N. S., Zaki, L. A., & Ariawan, I. W. A. P. (2023). PENERAPAN PRINSIP COMMUNITY BASED TOURISM DALAM PENGEMBANGAN WISATA DAN HOMESTAY DI DESA WISATA HIJAU SESAOT-LOMBOK BARAT. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 6(1), 62-69.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), 80-86.
- Sudiana, I. K. (2019). Dampak Olahraga Wisata Bagi Masyarakat. *Jurnal IKA*, 16(1), 55. <https://doi.org/10.23887/ika.v16i1.19826>
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.
- Supriyanto, S. (2022). Potensi Wisata Pantai Glagah sebagai Destinasi Wisata Olahraga di Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta. *Media Wisata*, 20(1), 78-87.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.