

## DAFTAR PUSTAKA

- Acuti, D., Mazzoli, V., Donvito, R., & Chan, P. (2018). An Instagram Content Analysis for City Branding in London and Florence. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(3), 185–204. <https://doi.org/10.1080/20932685.2018.1463859>
- Anholt, S. (2006). The Anholt-GMI City Brands Index: How the world sees the world's cities. *Place Branding*, 2(1), 18–31. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990042>
- Ani, D. F., & Suranto, S. (2019). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Potensi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. *LEKTUR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 445–455. <https://doi.org/10.21831/lektur.v2i5.16368>
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. Yogyakarta: Cendikia Press.
- Astuti, M. T. (2020). Branding Strategy for Tourism Destination in Semarang City. In *Proceedings of The 2nd International Conference on Strategic Mental Revolution (ICoSMR)* (hal. 1–20).
- Björner, E. (2013). International Positioning Through Online City Branding: the Case of Chengdu. *Journal of Place Management and Development*, 6(3), 203–226. <https://doi.org/10.1108/JPMD-03-2013-0006>
- Brantner, C., Geise, S., & Lobinger, K. (2013). Fractured Paradigm? Theories, Concepts and Methodology of Visual Framing Research: A Systematic Review. In *Annual Conference of the International Communication Association (ICA)*. London.
- Cenadi, C. S. (1999). Elemen-Elemen dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.9744/nirmana.1.1>
- Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Destination Image Representation on the Web: Content Analysis of Macau Travel Related Websites. *Tourism Management*, 28(1), 118–129. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.03.002>
- Coleman, R. (2010). *Framing the Pictures in Our Heads: Exploring the Framing and Agenda-Setting Effects of Visual Images*. London: Routledge.
- Domke, D., Perlmutter, D., & Spratt, M. (2002). The Primes of Our Times? In *Journalism*. New York: Sage Publication.
- Duncan, T., & Caywood, C. (1996). *The Concept, Process, and Evolution of Integrated Marketing Communication*. London: Psychology Press.

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fanaqi, K., Salamah, U., & Rahmadhan, D. G. (2022). Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Digital. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(2), 233–248.
- Gani, R., & Kusumalestari, R. R. (2014). *Jurnalistik Foto Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Grabe, M. E., & Bucy, E. P. (2009). *Image Bite Politics*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195372076.001.0001>
- Haroni, N., & Sukirno, Z. L. (2022). Strategic Planning Promosi Pariwisata Museum DPR di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(2), 134–143. <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i2.30685>
- Heidrick, & Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial*. China: Marketing Press.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Irfan, P., & Apriani, A. (2017). Analisa Strategi Pengembangan E-Tourism sebagai Promosi Pariwisata di Pulau Lombok. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 9(3), 325–330. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v9i3.164.325-330>
- Kusrianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Marisa, Y. (2021). Pengelolaan Website Dinas Pariwisata Provinsi Lampung sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(2), 89–98.
- Martajaya, I. G. . I. V., & Sari, K. I. K. (2021). Analisis Virtual Maps Dalam Pengembangan Pariwisata Denpasar di Era Society 5.0. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, 208–214.
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media*. London: iCrossing.
- Miller, J. G. (1975). The Nature of Living Systems. *Behavioral Science*, 20(6), 343–365. <https://doi.org/10.1002/bs.3830200602>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, R. B., & Melatie, Z. A. V. (2022). Pengaruh Instagram Dinas Pariwisata terhadap Minat Wisatawan Kota Surakarta. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 113–121. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.223>

- Mulyana, S., Octavianti, M., & Faradysa, N. Z. (2019). Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul Sukabumi. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 9(1), 49–66.
- Nabilah, J. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai City Branding Dinas Perhubungan Kota Surabaya (Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Suroboyobus sebagai City Branding oleh Dinas Perhubungan Kota Surabaya). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 1–18. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i2.1733>
- Nandaryani, N. W., & Santosa, N. A. (2022). Konten Instagram sebagai Media Promosi Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Pandemi. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 18–25. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.331>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, Y. E., & Dami, K. (2021). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansantau). *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 4(1), 169–194. <https://doi.org/10.46837/journey.v4i1.69>
- Praptiningsih, N. A. (2022). Promosi Pariwisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Jambi. In *The 1st UICIHSS* (hal. 347–354).
- Puiya, I. (2017). *Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-Diplomasi sebagai Sarana Promosi Pariwisata*. Skripsi. Universitas Bosowa Makassar.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putra, F. W. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Pariaman untuk Mempromosikan Pesta Budaya tabuik dalam Upaya Menarik Wisatawan*. Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Rahayuningrat, P. S. (2010). *Media Literacy Khalayak Dewasa Dini pada Tayangan Reality Show di Televisi (Studi Kasus pada Khalayak Reality Show Orang Ketiga)*. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Rodriguez, L., & Dimitrova, D. V. (2011). The Levels of Visual Framing. *Journal of Visual Literacy*, 30(1), 48–65. <https://doi.org/10.1080/23796529.2011.11674684>
- Rustan, S. (2017). *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

- Safika, N. (2021). *Strategi Branding Pariwisata Melalui Instagram di Kota Parepare*. Skripsi. IAIN Parepare.
- Saniati, S., Assuja, M. A., Neneng, N., Puspaningrum, A. S., & Sari, D. R. (2022). Implementasi E-Tourism sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2), 203–212. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i2.45559>
- Saputra, N. (2021). Transformasi Digital dalam Perspektif Manajemen Strategis. In *Sustainable Development and Management* (hal. 51–61). Jakarta: Mirra Buana Media.
- Shapiro, S. (2004). The Nature and Limits of Abstraction. *The Philosophical Quarterly*, 54(214), 166–174. <https://doi.org/10.1111/j.0031-8094.2004.00346.x>
- Soleha, F., Susanti, N., & Jailani, M. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(3), 963–972. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.703>
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Suwardikun, D. W. (2000). *Merubah Citra Melalui Perubahan Logo*. Bandung: ITB Press.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>
- Yoeti, O. A. (2010). *Dasar-Dasar Pengertian Hospitality & Pariwisata*. Bandung: Alumni.