

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, E. L. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory*. New York: Mc Graw Hill.
- Grosswiler, P. (1998). *The method is the message: Rethinking McLuhan through critical theory*. Montréal: Black Rose Books.
- Littlejohn, S. W. (2017). *Theories Of Human Communication*. Long Grove, Illinois: Waveland Press, Inc.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- McLuhan, M. (n.d.). *Understanding Media The extensions of man*. London and Newyork.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. (P. I. Izzati, Ed.) Jakarta: Salemba Humanika.
- Michael Cross (2013). *Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk Ist*. English:Syngress.
- Muhsin. (2009). *Petunjuk Praktis Pengelolaan dan Pembentukannya*. Jakarta: Pustaka Intermedia.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (T. Chandra, Ed.) Zifatama.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syahrur, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (R. Ananda, Ed.) Bandung: Citapustaka Media

Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Jurnal

Amalia, J. R. (2020). Amalia, J. R. (2020). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Kunjung Wisatawan (Studi Akun Instagram@ Museum_Bi Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Pengikut Instagram Museum Bank Indonesia). *Doctoral Dissetation*.

Ayuningtyas, A. S. (2019). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pengunjung Kampung Tridi (Tiga Dimensi) Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Fatimah, Z. A. (2018). Hubungan antara Intensitas Mengakses Informasi Pariwisata Akun Instagram @indtravel dan Intensitas Komunikasi Word of Mouth dengan Minat Wisatawan Mancanegara Berkunjung ke Indonesia. *Jurnal FISIP*.

Febriana, A. I. (2018). Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Tutupnya Media Sosial Path. *Jurnal Lontar Vol.6 No 2*.

Gartner, W. C., & Ruzzier, M. K. (2011). Tourism Destination Brand Equity Dimensions: Renewal versus Repeat Market. *Journal of Travel Research*, 471-481.

Herlina. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *JOM FISIP*, 1-

- Kevin, W. S. (2018, December). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2, 291 – 297.
- Marta, R. (2016). Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo! *Jurnal Komunikasi*.
- Meisyaroh, S. (2013). Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*.
- Mekari (2021). Evolusi Strategi Pemasaran Tradisional Menuju Metode Modern. *Jurnal Entrepreneur*.
- Milman, A., & Pizam, A. (1995). The Role of Awareness and Familiarity with a Destination: The Central Florida Case. *Journal of Travel Research*.
- Munawwaroh, P. R. (2018). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura. *Jom Fisip*.
- Rogers, E. M. (2000). The extensions of men: The correspondence of Marshall McLuhan and Edward T. Hall. *ass Communication & Society*, 117-135.
- Roncallo-Dow, S., & Scolari, C. A. (2016). Marshall McLuhan: The Possibility of Re-Reading His Notion of Medium. *Philosophies Journal*, 141-152.
- Setyorini, A. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *SOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Surahman, S. (2016). Determinisme Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia. *Jurnal Rekam*.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, S. I. (2018). Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 61-84.
- Vreese, C. d., & Neijens, P. (2016). Measuring media exposure in a changing communications environment. *Communication Methods and Measure*, 69--80.
- Vstory. (2021). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial di Era Pandemi.

WE Online. (2020). Apa Itu Traditional Marketing?.

Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1989). A General Model Of Traveler Destination Choice. *Journal of Travel Research*.