

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahrin, D., Suharyono, & Priambada, S. (2018). (n.d.). Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Konsumen Hypermart Malang Town Square yang melakukan pembelian tidak terencana). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 111–118.
- Alo Liliweri. (2015). *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Pustaka Pelajar.
- Andina, A. S., & Aliyah, I. (2021). (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 22(3), 27–38.
- Ardianto Elvinaro. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bambang Atmoko Dwi. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Gunung Samudera.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3–4), 261–277.
<https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222>
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12–24.
<https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>
- Farid, M., & Farhah, E. (2021). Pemanfaatan Algoritma Instagram dalam Meningkatkan Promosi ODTW Budaya (Studi Kasus di @KampungbudayaPijiWetan). *Cakra Wisata*, 22(2), 1–8.
<https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/50407>
- Ghozali, A., Arindawati, W. A., & Oxygentry, O. (2023). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL PADA AKUN TIKTOK @exploremajalengka TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE TEMPAT WISATA DI MAJALENGKA. *Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(1), 212–222.
- Haya, A. N. A., & Hidayati, U. (2022). pengaruh Terpaan Media Sosial Pada Akun Tiktok Jogjafoodhunter Terhadap Minat Beli Konsumen. *Medium*, 10(1), 122–134.
- Hayati, C. (2023). Menciptakan Hype Atau Buzz Melalui Instagram Tourism Untuk Mempromosikan Destinasi Wisata “Hidden Gem.” *Jurnal Ilmiah*

- Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1525–1537.
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3214>
- Hikmah, J. (2020). Paradigm. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673.
<https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson*.
- Loach, K., Rowley, J., & Griffiths, J. (2020). Hidden gems? The cultural contribution of independent libraries in the United Kingdom and the United States. *Journal of Librarianship and Information Science*, 52(4), 1073–1085.
<https://doi.org/10.1177/0961000620902252>
- Luik, J. (2020). Media Baru Sebuah Pengantar. In *Ilmu Komunikasi*.
http://repository.petra.ac.id/19444/3/44_Publikasi1_06002_6825
- Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi. (2006). *Metode Penelitian Survey*. LP3ES.
- Melya, O. :, Pembimbing, W., Evawani, :, Lubis, E., Jurusan, M. S., & Komunikasi, I. (2023). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Akun Instagram @Kulinerpku Terhadap Kebutuhan Informasi Kuliner*. 10, 1–8.
- Mukharomah, L. J. (2023). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Travelling Generasi Z Dalam Konten Tiktok (Studi Pada Akun Tiktok @dolan.aja)*.
- Munawwaroh, P. R., Evawani, P. :, Lubis, E., & Si, M. (2018). PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA AKUN INSTAGRAM @EXPLORESIAK TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATA KE SIAK SRI INDRAPURA. In *JOM FISIP* (Vol. 5, Issue 1).
- Nasrullah Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhasanah, S., & Sobandi, A. (2016). Minat Belajar Sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 1(1), 128.
<https://doi.org/10.17509/jpm.v1i1.3264>
- Pradiatingtyas, D. (2016). *Jurnal Khasanah Ilmu - Volume 7 No.2 ± 2016 ± khasanah.bsi.ac.id*. 7(2), 1–10.
- Puntoadi Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. PT. alex Komputindo.
- Purnama Hadi. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. Pp 107-124.
- Puspita Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. *Jurnal Pekommas*, 18(3).

- Rakhmat Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ririn handayani. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika.
- Rizki, A. M., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 49(2), 157–164.
- Rohim Syaiful. (2009). *Teori Komunikasi*. PT. Rineka Cipta.
- Safira, N. W., Zurani, I., & Riau, U. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @Pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi* |, 11(2), 77–85.
- Salsabila Ramadanti, A., Natta Santosa, D., & Cahyaningsih, Y. (n.d.). *Pengaruh Tingkat Efektivitas Konten Tiktok*.
- Sarjano, H. (2011). *SPSS VS LISREL*. Salemba Empat.
- Singarimbun, M. & S. E. (2008). *Metode Penelitian Surve*. LP3ES.
- 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>
- Stamm, Keith R., J. E. B. (1990). *The Mass Communication Process: a Behavioral and Social Perspective*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta.
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- Wilbur Schramm and Donald F. Roberts. (1990). *The process and effects of mass communication*, Wilbur Lang.
- Windahl, S. (2009). *Using Communication Theory*. Sage Publications.

Website

<https://www.apjii.or.id/>

<https://wearesocial.com/id/>

<https://www.idntimes.com/travel/destination/fasrinisyah-suryaningtyas-1/pengalaman-seru-si-mas-dolan-ngebolang-di-yogyakarta>