

DAFTAR PUSTAKA

- A Nur, F. P., Muhtadi, A. S., & Dulwahab, E. (2020). *Pesan Iklan Shopee Al dan Andin sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*. 5(November), 445–466. <https://doi.org/10.15575/reputation.vxix.xxxx>
- Ain, Q., Sari, A., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 568–578. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10081522>
- Alfina. (2023). *Perancangan Kampanye untuk Mahasiswa Penyintas Kekerasan Seksual Agar Berani Melapor* [Universitas Multimedia Nusantara]. https://kc.umn.ac.id/id/eprint/25707/4/BAB_II.pdf
- Anandra, Q., Uljanatunnisa, U., & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(2), 96. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3421>
- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Cakra Wisata*, 22(3), 27–38.
- Andreas, C., Priandi, S., Simamora, A. N. M. B., & Mardianto, M. F. F. (2021). Analisis Hubungan Media Sosial dan Media Massa dalam Penyebaran Berita Hoaks berdasarkan Structural Equation Modeling-Partial Least Square. *MUST: Journal of Mathematics Education, Science and Technology*, 6(1), 81. <https://doi.org/10.30651/must.v6i1.8816>
- Anggraeni, I., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @idvolunteering terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 229–242. <https://doi.org/10.21009/comm.1102.05>
- Arwani, A. S., & Mahfudz. (2022). Pengaruh E-WOM, Kualitas Konten terhadap Subscription Decision melalui Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Layanan Streaming Genflix pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Journal of Management*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Aurora, C., Toruan, E., Mahardini, S., & Hidayat, M. (2024). *Peran Digital Marketing, Content Creator, Dan Kualitas Konten Wardah Terhadap Minat Beli Gen Z*. 7(3), 240–248.
- Azhar, S. Al. (2022). Manajemen Event Goes To Campus Lembaga National Single Window. *Manajemen Event Goes To Campus Lembaga National Single Window. Skripsi (S1) Thesis*, 9–28.
- BPS. (2024). *Statistik Wisatawan Nusantara (Domestic Tourism Statistic) 2024*.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*.

- Della, F., & Utari, S. A. (2024). Kampanye Public Relations Bravetogether Komunitas Universitas Indonesia Sehat Mental Mengenai Perubahan Stigma Kesehatan Mental Remaja Indonesia. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 197–207. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.994>
- Dewi, N. I. K., Siswantara, I. W., Astawa, I. P., & Mataram, I. G. A. B. (2019). Peranan Sosial Media dalam Menentukan Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(3), 127–136. <https://doi.org/10.31940/jbk.v15i3.1462>
- Elham, S., Kuswanti, A., & Sevilla, V. (2022). Pengaruh Terpaan Media Sosial Akun Instagram @ecommurz Terhadap Pembentukan Citra pada Perusahaan Start Up Ruangguru. *Ilmu Komunikasi*, 1–12.
- Exploding Topics. (2025). *TikTok User Age, Gender, & Demographics (2025)*.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2019). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education. <https://books.google.co.id/books?id=mrRAswEACAAJ>
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition. In *Women Entrepreneurs*. <https://doi.org/10.1201/9781032725581-7>
- Hudiono, R. (2022). Gender dan Usia Muda : Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4348–4356.
- Huzein, F. (2024). Strategi Komunikasi Publik Relation Dalam Mempromosikan Pariwisata. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(3), 249–255. <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i3.1412>
- Ilham, M. L., Jauhariyah, N. Z., Zahratunisa, & Nurlaili Rahmawati. (2015). Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Pilpres 2024 untuk Memperebutkan Suara Generasi Muda. *Journal Politique*, 4(1), 104–123. <https://doi.org/10.14375/np.9782362800870>
- Inayah, S. N. (2024). *Cyber Public Relations pada Kampanye Sadar Wisata 5.0 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Ivana, R., & Kurniawati, D. (2023). Komunikasi Efektif Dengan Pendekatan Psikologi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 351–363. <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/4145/3060>
- Katadata. (2024). *Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?* <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok->

anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka

- Kemenpar.go.id. (2024). *Profil Kementerian*. <https://kemenpar.go.id/profil/profil-lembaga>
- Kemenpar. (2025). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Tujuan Kabupaten/Kota di Kawasan DPSP Borobudur Tahun 2024*.
- Kemenparekraf. (2021). *Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan*. <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/strategi-digital-tourism-dalam-menggaet-wisatawan>
- Kemenparekraf. (2024). *Siaran Pers: Kurs Rupiah Melemah, Kemenparekraf Ajak Wisata #DiIndonesiaAja*. <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/siaran-pers-kurs-rupiah-melemah-kemenparekraf-ajak-wisata-diindonesiaaja>
- Kurniawan, N. F. (2022). *Pengaruh Intensitas Menonton Film Pada Platform Layanan Streaming Netflix Terhadap Minat Menonton Film di Bioskop (Studi Kuantitatif Eksplanatif dengan Metode Survei pada Masyarakat Umum Usia 18-25 Tahun di Kabupaten Sleman, Yogyakarta)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kurniawann, A. S., & Witarti, D. I. (2023). Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Instagram @PARIWISATANGAWI Sebagai Media Informasi Pariwisata Di Kabupaten Ngawi. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 23(2), 69–73. <https://doi.org/10.31294/jc.v23i2.18902>
- Littlejohn, S. W., & Floss, K. A. & O. J. G. (2017). *Theories of Human Communication: Eleventh Edition* (11th ed.). Waveland Press, Inc. <https://books.google.co.id/books?id=yJ32DQAAQBAJ&lpg=PR1&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>
- Muniroh, N. I., Ruliana, P., & Prisanto, G. F. (2020). Model Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Pariwisata melalui Kampanye Wonderful Indonesia. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 55–65. <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.50>
- Muzakki, H., & Zainurossalamia, S. (2025). *Pengaruh Fasilitas , Lokasi dan Citra Destinasi terhadap Minat Berwisata pada Objek Wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin The Influence of Facilities , Location and Destination Image on Tourism Interest in Labuan Cermin Lake Tourist Attraction*. 27(2), 201–209.
- Nardo, R. S. E. M. M., Liza Yuliana, S. Ds., M. M., Kania Ratnasari, S.T., M. I., Jeffry Nugraha, S.T., M. M., Anne Lasminingrat, S.E., M. M., Hero Wirasmara Kusuma, S.E., M. M., Meydy Fauziridwan, S.M.B., M. M., Acai Sudirman, S.E., M. M., Andri Winata, S.E., M. S., Ali Imron, M. S., Dr. Agus Nursalim, M. T., Anggraini Syahputri, S.S.T., M. M., Ir. Prima Rini Metri Oktavianti, M. M., Liza Zulbahri, S.E., M. M., Alfis Yuhendra, S.P., M. S., Dr. (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRMP, C., & CHRA, CPP, C. (2024). *BRANDING STRATEGY DI ERA DIGITAL*.

- Nurahmadhany, M. I. (2024). *Kampanye Pemasaran Sosial Yayasan Igama dalam Upaya Pencegahan Penyebaran HIV/AIDS di Kota Malang*.
- Panjaitan, R. O., & Haryadi. (2025). *Peran Kualitas Konten dan Copywriting dalam Meningkatkan Brand Awareness di TikTok @PangsitHuha.Id*. 4(3), 3405–3414.
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN. Media Edu Pustaka*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf)
- Pasaribu, R. (2024). Analisis Kampanye #DiIndonesiaAja Oleh Kemenparekraf di Media Sosial sebagai Resolusi Kepariwisata pada Masa Pandemi. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 223–232. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i2.4183>
- Prayitno, Y., Rakhma Fitriani, D., & Eviyani. (2020). Komunikasi Pariwisata 4.0: Analisis Kampanye Digital Destinasi Wisata Mandalika Dan Raja Ampat Melalui Vlog Jokowi. *Jurnal Common*, 4(2), 1–15.
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID)
DOI: 10.31504/komunika.v9i1.2387. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>
- Rahmatusahada, A., & Saputro, E. P. (2020). *Pengaruh Terpaan Konten #RacunShopee di Media Sosial TikTok terhadap Impulsive Buying dengan Daya Tarik sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020)*. 1–26.
- Sari, A. E. K., & Patrikha, D. F. (2024). Pengaruh Kualitas Konten, Jumlah Pengikut Dan Rating Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(2).
- Septrian, A. A., & Amanda Nirmala. (2025). *Analisis Isi Konten Sosial Media dalam Meningkatkan Engagement pada Akun Instagram @mercurymediagroup.id*. 05(04), 1–23.
- Setkab.go.id. (2017). *Pesona Indonesia/Wonderful Indonesia: Inspirasi di balik Jenama Pariwisata Indonesia*. <https://setkab.go.id/pesona-indonesiawonderful-indonesia-inspirasi-di-balik-jenama-pariwisata-indonesia/>
- Simamora, G. H. M. (2023). *Efektivitas Konten YouTube Pariwisata Bantul terhadap Minat Berkunjung Wisata di Bantul*. UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA.
- Simarmata, J. (2011). *Rekayasa Web*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=J8JpLoPUHGAC>

- Sitepu, E., & Sabrin,). (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Agustus*, 9, 28–44.
- Socialinsider. (2024a). *[What Data Says] How Long Are TikTok Videos?*
- Socialinsider. (2024b). *The TikTok Algorithm: How to Break it and Go Viral in 2024*.
- Socialinsider. (2024c). *TikTok vs. Reels vs. Shorts (A Study by Socialinsider)*.
- Solihat, A., Rahmayani, R., Syifa, M. N., Iskandar, I., & Handayani, R. D. (2020). Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Kunjung Museum Foto 3D Amazing Art World. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(1), 20–28. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i1.543>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Tanvaltin, V., & Yuliana, N. (2024). Preferensi Pengguna Media Sosial TikTok dalam Menonton Konten TikTok Abe. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 8–17. <https://doi.org/10.31294/jkom.v15i1.22719>
- Ulya, H., & Ayu, K. R. (2024). Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina di Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional FISIP UNNES*, 1. <https://proceeding.unnes.ac.id/psnf/article/view/3063/2526>
- Wangka, H. A., & Krisjanti, M. N. (2020). Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Niat Mengunjungi Destinasi Wisata (Studi pada Studio Alam Gamplong). *Modus*, 32(2), 175–195.
- We Are Social. (2025). *Digital 2025 - We Are Social Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Weda, W., Dewi, A., Syauki, W. R., Yunita, P., & Rizky, F. (2023). Model Komunikasi Pariwisata Taman Nasional Bali Barat Pada Era New Normal Berbasis E-Tourism. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6, 895–908. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya895>
- Wibowo, A. (2025). *SMARTPLS 101 (Panduan Lengkap Analisis SEM-PLS untuk Pemula)*. PT Penerbit Penamuda Media.
- Wicaksana, R. R., & Kristiana, N. (2021). Kampanye Sosial Stop Toxic Sebagai Upaya Membangun Sikap Positif Bermain Game. *Jurnal Barik*, 2(2), 202–214. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17(1), 98–111. <https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>
- Yasir. (2021). *Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar*. 9(1), 108–120.