

## WORKS CITED

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas website dan instagram sebagai sarana promosi kawasan wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451-466.
- Amanatidis, D., Mylona, I., Mamalis, S., & Kamenidou, I. E. (2020). Social media for cultural communication: A critical investigation of museums' Instagram practices. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 6(2), 38-44.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram@ Indtravel). *eProceedings of Management*, 3(2). Chakti, Gunawan. *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019.
- Dinas Pariwisata, Kepemudaan, Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk. (2020). Data Kunjungan Wisata di Objek Wisata di Kabupaten Nganjuk. Nganjuk.
- Disparporabud Nganjuk. Instagram. July 18, 2021.
- Esti. (2019). "Keefektifan Instagram sebagai Media Promosi Agrowisata Bhumi Merapi di Kabupaten Sleman". (A Research Paper). Universitas Gadjah Mada.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152.
- Gie. (2021, February 28). *Mengenal Media Promosi dan Metode Pengiklanan untuk Bisnis Anda*. Web. Retrieved January 4<sup>th</sup>, 2022. from <https://accurate.id/marketing-manajemen/media-promosi-dan-metode-periklanan/>
- Geysler, W. (2022, February 4). *Social Media Marketing Benchmark Report 2022*. Influencer Marketing Hub. Retrieved July 6, 2022, from <https://influencermarketinghub.com/social-media-marketing-benchmark-report/#:~:text=The%20Median%20Facebook%20Engagement%20Rate%20%2F%20Post%20is%200.08%25&text=discovered%20that%20the%20median%20engagement,same%20as%20the%20previous%20year.>
- Griffith, C. (2020, December 4). *Using the AIDA model for social media marketing*. Charelle Griffith. Retrieved June 1, 2022, from <https://www.charellegriffith.com/aida-model-social-media-marketing/>.
- Hardiyanto, S. (2021, June 24). *Mengenal Apa Itu Instagram reels, FITUR Baru Yang disebut-sebut Mirip Tiktok Halaman all*. KOMPAS.com. Retrieved July 4, 2022, from <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok?page=all>.



- Idris, J., & Abd Rahman, S. S. (2017). Aida Model, Social Media Marketing and Decision to Patronize of Muslim Friendly Hotel: Model Aida, Pemasaran di Media Sosial dan Keputusan untuk Menginap di Hotel Mesra Muslim. *Journal of Management and Muamalah*, 7(2), 3-15.
- Indriani, R., Plavitasari, C., & Muin, M. F. (2021). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara*. Jakarta; Badan Pusat Statistik.
- Junaedi, N. L. (2021, September 30). *Apa itu AIDA Marketing? Pahami selengkapnya di sini*. Ekrut. Retrieved April 11, 2022, from <http://www.ekrut.com/media/aida-adalah>.
- Karunia, Leila. (2020). "Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan Fakultas di Universitas Gadjah Mada". (A Thesis Paper). Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- McLachlan, S. (2022, April 21). *22 simple ways to increase Instagram engagement (free calculator)*. Social Media Marketing & Management Dashboard. Retrieved July 6, 2022, from <https://blog.hootsuite.com/instagram-engagement/#:~:text=But%20most%20social%20media%20marketing,Instagram%20post%20types%3A%200.82%25>
- Miles, J. (2013). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. Greece: McGraw-Hill Education.
- Ministry of Tourism and Creative Economy. (2021). *Committee on Industrial Trend 2021. Trend Pariwisata 2021*. Jakarta.
- McQuail, Dennis. (1994). "Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar." *Jakarta: Erlangga.*, edited by Erlangga.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. Bandung*. Tarsito.
- Nathania, R. (16 March 2022). *AIDA: Apa Itu, Contoh Penerapan, Kelebihan dan Kekurangannya*. Web. 26 May, 2022.
- Nugroho, Eko. (2020). "Penggunaan Fitur Instagram sebagai Media Promosi di Taman Pintar Yogyakarta". (A Graduating Paper). Universitas Gadjah Mada.
- Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM. (2021). (n.p.): CV. Cendekia Press.
- Oxford Learner's Dictionaries. *Giveaway*. [Oxfordlearnersdictionaries.com](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com). Web. June 20, 2022.
- Pendit, Nyoman S. (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita.
- Pesonawisatanjungk. Instagram. July 18, 2021.

- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Deepublish. Web. 22 May 2022.
- Rangkuti F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta (ID) : Gramedia Pustaka Utama.
- Rofiq, et al. (2013). *Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana Im3 Di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Sa'ada, Nur Ayu. (2019). "Peran Media Sosial sebagai Sarana Promosi Pariwisata di Kota Medan". (A Research Paper, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Setoid. (22 March 2018). "Kenapa like Dan Comment Instagram Secara Alami Penting Sekarang Ini." *Medium*, Medium. Retrieved from <https://medium.com/@setoid/kenapa-like-dan-comment-instagram-secara-alami-penting-sekarang-ini-2dd47c006cd>.
- Solekah, Nikmatul. (June 16, 22). Personal communication [Personal Interview].
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, Agus. (2017). "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Wisata Kebun Buah Mangunan". (A Research Paper, Universitas Islam Negeri Yogyakarta).
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding*. Anak Hebat Indonesia.
- Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). *Pemanfaatan media sosial instagram akun@ MR. CREAMPUFF sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Tria, Rakiwana. G. (June 16, 22). Personal communication [Personal Interview].
- Vakratsas, D., & Ambler, T. (1999). How advertising works: what do we really know?. *Journal of marketing*, 63(1), 26-43.
- Wahyudin. Interview. (June 16, 22). Personal communication [Personal Interview].
- Walsh, Selley. (June 22, 2021). *The Top 10 Social Media Sites & Platform 2021*. Web. January 4<sup>th</sup>, 2022.
- Winartha, I Made. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Yogyakarta: C.V. Andi Offset.



Yoeti, Oka A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.