

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, M., Najib, M., & Djohar, S. (2019). Development of AISAS Model to See the Effect of Tourism Destination in Social Media. *Journal of Applied Management*, 17(1), 133 – 143.
- Aboulhosn, S. (2023). How To Craft an Effective Social Media Content Strategy. *Sprout Social*. Diakses pada 21 Oktober 2023, dari <https://sproutsocial.com/insights/social-media-content-strategy/>
- Aisyah, T. & Alfikri, M. (2023). Analisis Model Komunikasi AISAS (*Attention, Interest, Search, dan Share*) Pada *Beauty Platform* (Studi Kasus: Brand Somethinc di Female Daily). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*. 4(2). 2776—8074.
- Andamisari, Dessy. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*. 5(1). 66—72
- Arrahma, F. & Abadi, M. (2023). Strategi Pemasaran: Cara Kedai Geprek Niki bisa Bertahan di Era Digital. *Jurnal. Jurnal Manajemen Riset Inovasi*. 1(3). 239—249.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung. (2022). Kecamatan Kledung dalam Angka 2022. Temanggung: BPS.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung. (2016). Kecamatan Kledung dalam Angka 2016. Temanggung: BPS.
- Barnhart, B. (2018). Social Media Basics: What are Content Pillars?. *Hello Social*. Diakses pada 22 Oktober 2023, dari <https://www.hellosocial.com.au/blog/social-media-basics-what-are-content-pillars>
- Cooper, C. dkk. (2000). *Tourism: Principles and Practice* (2nd edition). England: Longman.
- Desa Wisata Tlahab. (2022). Unggahan Instagram Mengenai Kopi Trip. Diakses 24 September 2023, dari <https://instagram.com/desawisatatlhab>
- Danesh, S., Nasab, S. A., & Ling, K. C. (2012). The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal of Business and Management*, 7, 141 – 150.

- Effendi, N. (2022). Digital Marketing Tinjauan Konseptual. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Explore Temanggung. (2023). Profil Akun Instagram Explore Temanggung. Diakses 25 September 2023, dari <https://instagram.com/exploretemanggung>
- Fathurrochman, I., Endang, E., Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(1), 1–12.
- Hartono, Y., Dewantara, M. H., Dwiatmojo, R. S., Ali, A., Kusumadewi, F. N., & Agastya, I. B. D. (2022). Consumer Journey: Gelap Terang Pandemi di Mata Konsumen Kita. In Prasetya Mulya Publishing. Prasetya Mulya Publishing.
- Holmlid, S. and Evenson, S. (2008) “Bringing Service Design to Service Sciences, Management and Engineering” in Hefley, B. and Murphy, W. (eds) *Service Science, Management and Engineering Education for the 21st Century*, 1st edn. New York, NY: Springer Science+Business Media, pp.341–345.
- Giles, D. C., & Edwards, L. (2018). Instagram and the rise of the social media ‘influencer’. In *Twenty-first century celebrity: Fame in digital culture*. Emerald Publishing Limited.
- Jordy, T. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Komunikasi Galih Make-Up Artist di Yogyakarta. Tersedia dari ETD Repository UGM.
- Karyono, H. (1997). Kepariwisata. Jakarta: Grasindo
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Tren Industri Pariwisata 2022*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kopitem. (2023). Apa Itu Higroskopis Kopi? Diakses pada 20 Juli 2023, dari <https://kopitem.com/tentang-kopi/apa-itu-higroskopis-kopi/>
- Liu, Claire & Chong, Hoi. (2023). Social Media Engagement and Impact on Post-Covid-19 Travel Intention for Adventure Tourism in New Zeland. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 1 – 12.
- Mangifera, Pramesti, & Dewi. (2016). Efektifitas katalog sebagai media promosi bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Sragen. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 43-47.

- Martin, D. (2023). 4 Content Pillars for Social Media - A Complete Guide. Content Marketing.io. Diakses pada 22 Oktober 2023, dari <https://contentmarketing.io/content-pillars-for-social-media/>
- Mason, A. N., Narcum, J., & Mason, K. (2021). Social Media Marketing Gains Importance After Covid-19. *Cogent Business & Management*, 8(1).
- Miles, B. & Michael, H. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Naeem, M. (2020). The role of social media to generate social proof as engaged society for stockpiling behaviour of customers during Covid-19 pandemic. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 24(3), 281–301.
- Novitasari, A. (2018). Pengaruh Katalog Produk Oriflame Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Oriflame (Studi kasus pada Masyarakat di Bekasi Selatan). Universitas Darma Persada.
- Organization for Economic Cooperation and Development. (2018). *OECD Tourism Trends and Policies 2018*. Paris: OECD Publishing.
- Permanasari, dkk. (2022). *Tren Industri Pariwisata 2022*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Plessis, L. D., & Fabricius, P. (2020). Catch-up: Why now is the best time for social media marketing for tourism (and how to do it). *Africa Travel Week*. Diakses 10 September 2023, dari <https://atwconnect.com/webinar-why-now-is-the-best-time-for-social-media-marketing-for-tourism-and-how-to-do-it/>
- Purwanto, Ngalim. M. 2004. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pusparini, E. (2023). Customer Journey: Definisi, Contoh, dan Cara Membuatnya. Mekari Qontak. Diakses 14 September 2023, dari <https://qontak.com/blog/customer-journey/>
- Putri, D. & Damayanti, A. (2023). Optimalisasi *Community Based Tourism* melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital di Bukit Lawang Sewu, Mangunan. Tersedia dari ETD Repository UGM.
- Rahmadian, N. (2021). Implementasi Kebijakan Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan Pada Pengembangan Desa Wisata Tlahab. *Jurnal Lontar Merah*, 4 (1), 316 – 327.

- Sand, M., & Gross, S. (2019). Tourism Research on Adventure Tourism: Current Themes and Developments. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28.
- Soraya, E., Sari, N., & Sulistyawati, A. (2022). Pengaruh Model AISAS Terhadap Keputusan Wisatawan dalam Pembelian Bali Banana. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 6(1), 67 – 81.
- Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Impact of influencer in consumer decision process: the fashion industry. *SCMS Journal of Indian Management*, 14(3), 14-30.
- Sugiyama, K. & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secret of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. New York: McGraw Hill.
- Taslaud, G. (2023). Influencer Marketing in Indonesia in 2023-The Complete Guide. Insg.co. Diakses 22 September 2023, dari <https://www.insg.co/en/influencer-marketing-indonesia/>
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). COVID-19: Potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*, 76(1), 74–87.
- Wirdayanti, A. dkk. (2021). *Pedoman Desa Wisata* (2nd edition). Jakarta: Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia.