

DAFTAR PUSTAKA

- Adorno, T. W. (2020). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture* (2 ed.). London: Routledge.
- Anom, A. S., & Kusuma, M. R. P. (2019). Pengungkapan Estetika Fotografi “Instagramable” di Era Pariwisata Destinasi Digital. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(3), 319–324. <https://doi.org/10.31091/mudra.v34i3.787>
- Antopani, T. (2015). Fotografi, Pariwisata, dan Media Aktualisasi Diri. *Rekam : Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 11(1), 31–40. <https://doi.org/10.24821/rekam.v11i1.1293>
- Ardhani, H. W. (2019). *Monumen Simbang Lima Gumul Sebagai Ikon City Branding Kabupaten Kediri* [Thesis (Skripsi), Universitas Airlangga]. <https://repository.unair.ac.id/91340/>
- Asadullah, M. Z., & Junaedi, F. (2022). *Resepsi Audiens terhadap Foto Jurnalistik tentang Pandemi Covid-19 karya Joshua Irwandi* [S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/105500/>
- Astuti, W. (2022a, April 22). *Dari Afrika Hingga India, Tempat Wisata Di Bandung Ini Menawarkan Sensasi Berada Di Luar Negeri!* TripZilla Indonesia. dari <https://www.tripzilla.id/tempat-wisata-di-bandung-seperti-luar-negeri/1499> diakses pada 14 September 2024.
- Astuti, W. (2022b, April 22). *Tempat Wisata Di Bandung Seperti Luar Negeri Yang Harus Kamu Kunjungi Akhir Pekan Ini.* TripZilla Indonesia. dari <https://www.tripzilla.id/tempat-wisata-di-bandung-seperti-luar-negeri/1499> diakses pada 24 Maret 2024.
- Aziz, M., & Muarief, R. (2022). Daya Tarik Pahlawan Street Centre Sebagai Destinasi Wisata Kota Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v6i2.447>
- Bell, D. (2006). *An Introduction to Cybercultures*. London & New York: Routledge.
- Christanti, M. F., Mardani, P. B., Cahyani, I. P., & Sembada, W. Y. (2021). “Instagramable”: Simulation, Simulacra And Hyperreality on Instagram Post. *International Journal of Social Service and Research*, 1(4), 394–401. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v1i4.59>
- Cilkin, R., & Cizel, B. (2022). Tourist Gazes Through Photographs. *Journal of Vacation Marketing*, 28(2), 188–210. <https://doi.org/10.1177/13567667211038955>
- Ernawati, H., & Hananto, K. (2023). Pariwisata Digital: Perspektif dan Agenda Riset Masa Depan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 144–156. <https://doi.org/10.47256/kji.v17i2.215>

- Hakim, I. N. (2018). “Pergeseran Budaya Siber & Visual di Sektor Pariwisata Indonesia” Respon Kementerian Pariwisata Menghadapi era Tourism 4.0 Melalui Peran Komunitas Milenial & Pengembangan Destinasi Digital. *Seminar Nasional Seni dan Desain 2018*, 275–282.
- Hakim, L. (2012). Industri Pariwisata dan Pembangunan Nasional. *Among Makarti*, 3(1), 70–79. <https://doi.org/10.52353/ama.v3i1.18>
- Hall, S. (2006). Encoding/Decoding. Dalam M. G. Durham & D. M. Kellner (Ed.), *Media and Cultural Studies: Keywords* (hlm. 163–173). Blackwell Publishing.
- Hastanto, I. (2020, Desember 4). *Bertanya pada Pakar: Mengapa Tempat Wisata Indonesia Berlomba Menyerupai Luar Negeri*. Vice.com. dari <https://www.vice.com/id/article/4adaa9/alasan-tempat-wisata-indonesia-berlomba-menyerupai-luar-negeri-lembah-harau> diakses pada 28 Oktober 2023.
- Heryanto, A. (2024, Agustus 30). *Tempo Doeloe*. kompas.id. dari <https://www.kompas.id/baca/opini/2024/08/29/tempo-doeloe> diakses pada 31 Agustus 2024.
- Hesmondhalgh, D., & Pratt, A. C. (2005). Cultural Industries and Cultural Policy. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/10286630500067598>
- Holden, A. (2008). *Environment and Tourism* (2 ed.). London & New York: Routledge.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002). *Dialectic of Enlightenment* (G. Noeri, Ed.; E. Jephcott, Penerj.). California: Stanford University Press.
- Hutomo, A. (2024). Analisa Instagram Sebagai Sosial Media Pemasaran di Industri Pariwisata. *Prosiding Seminar Nasional Administrasi Banten*, 1(1), Article 1. <http://kampus.stiabanten.ac.id/ojs/index.php/pena/article/view/177>
- Ismanto, I. (2018). Budaya Selfie Masyarakat Urban Kajian Estetika Fotografi, Cyber Culture, dan Semiotika Visual. *Rekam : Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 14(1), 67–76. <https://doi.org/10.24821/rekam.v14i1.2138>
- Kadir, H. A. (2009). Menafsir Fenomena Latah sebagai Emosi Kebudayaan Masyarakat Melayu (Suatu Kajian Psikoantropologi). *Psikobuana*, 1(1), 49–59.
- kedirikab.go.id. (tanpa tahun). *Simpang Lima Gumul*. Web Portal Resmi Kabupaten Kediri. dari <https://kedirikab.go.id/hiburan> diakses 26 Oktober 2023.
- kemenparekraf.go.id. (2021, September 18). *Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan*. Kemenparekraf/Baparekraf RI. dari <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan> diakses pada 15 Maret 2024
- kominfo.go.id. (2019, Februari 28). *Targetkan Pertumbuhan Berlipat, Tourism 4.0 untuk Milenial*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/16783/targetkan-pertumbuhan-berlipat-tourism-40-untuk-milenial/0/berita> diakses pada 17 Maret 2024

- Kress, G., & Leeuwen, T. van. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Bloomsbury Academic.
- Kusuma, C. S. D. (2019). MICE-Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 16(2), 52–62. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v16i2.27420>
- Kusumaningrum, D. (2023, September 27). *Potret Gentrifikasi Pariwisata di Indonesia: Ketimpangan dan Eksploitasi di Kawasan Konservasi*. The Conversation. dari <http://theconversation.com/potret-gentrifikasi-pariwisata-di-indonesia-ketimpangan-dan-eksploitasi-di-kawasan-konservasi-211527> diakses pada 3 Oktober 2023.
- Mardhyka, M. A. (2014). *Representasi Identitas Kab. Kediri Pada Monumen Simpang Lima Gumul* [Thesis (Skripsi), Universitas Airlangga]. <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/commfa24e3bf81full.pdf>
- Marwan, J., & Utama, Z. M. (2022). The Role of Digital Tourism Destination in Achieving Digital Tourism Destination Performance Throught Digital's Role As Intervening Variables. *International Journal of Human Capital Management*, 6(1), 24–37. <https://doi.org/10.21009/IJHCM.06.01.3>
- Minawati, R. (2013). Komodifikasi: Manipulasi Budaya dalam (Ajang) Pariwisata. *Jurnal Ekspresi Seni*, 15(1), 117–127. <http://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/Ekspresi/article/viewFile/179/155>
- Mirzoeff, N. (2002). *An Introduction to Visual Culture*. New York: Routledge.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (39 ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noviani, R. (2018). Wacana Multimodal menurut Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen. Dalam W. Udasmoro (Ed.), *Hamparan Wacana: Dari Praktik Ideologi, Media, Hingga Kritik Poskolonial* (hlm. 107–133). Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Pakan, S. P. (2022). *Interval: Esai-esai Kritis Tentang Perjalanan dan Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 12 Tahun 2020*. (2020, Juli 27). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Diunduh dari <https://jdih-dev.kemenparekraf.go.id/assets/7538b770-ace2-4b81-a8f0-de4b5e5cc9d7>
- Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 29 Tahun 2015*. (2015, Desember). Kementerian Pariwisata. Diunduh dari <https://jdih-dev.kemenparekraf.go.id/assets/3ca5d660-9cbd-42b1-af2b-7b254475e89d>
- Piliang, Y. A., & Jaelani, J. (2018). *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda dan Makna*. Yogyakarta: Aurora.
- Pranoto. (2022). Sejarah Pariwisata Indonesia. Dalam I. M. N. Anta (Ed.), *Pariwisata Nusantara*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Pratt, A. C. (2002). Cultural Tourism as An Urban Cultural Industry: A Critical Appraisal. Dalam P. Pratt (Ed.), *Cultural Tourism. Interarts, with Turisme de*

- Catalunya* (hlm. 33–45). Barcelona: Diputació de Barcelona.
<http://www.interarts.net/es/>
- Putra, I. K. J. D., & Sarjani, N. K. P. S. (2022). Fenomena Latah Sosial dalam Pembuatan Konten Visual di Era Industri Kreatif Digital. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(01), Article 01.
<https://doi.org/10.59997/amarasi.v3i01.1040>
- Rahman, R. F. (2023, Juli 5). *Tren Latah Wisata Tiruan di Indonesia, Sampai Kapan Bertahan?* TelusuRI. dari <https://telusuri.id/tren-latah-wisata-tiruan-di-indonesia-sampai-kapan-bertahan/> diakses pada 3 Oktober 2023.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.51977/jiip.v1i1.130>
- Ristinanda, A. D., & Nuryanti, W. (2021). Potensi dan Masalah Destinasi Pariwisata Replika di Daerah Istimewa Yogyakarta. *ATRIUM: Jurnal Arsitektur*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.21460/atrium.v7i1.148>
- Rizkinaswara, L. (2019, Maret 1). *Pariwisata Go-Digital, Transformasi Menuju Era Tourism 4.0*. Ditjen Aptika Kominfo. dari <https://aptika.kominfo.go.id/2019/03/pariwisata-go-digital-transformasi-menuju-era-tourism-4-0/> diakses pada 17 Maret 2024.
- Rofifah, L. N. (2023). *Pemaknaan Audiens Terhadap Pesan Priwisata Berkelanjutan di Instagram (Analisis Resepsi Sense-Making Brenda Dervin pada Pesan Pariwisata Berkelanjutan oleh Generasi Z di Akun Instagram @kemenparekraf.ri dan @pesona.indonesia)* [S1, Universitas Gadjah Mada]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/222903>
- Rohimah, A., & Hakim, L. (2021). Ekologi Media: Penguatan Ekuitas Industri Pariwisata Melalui Media Sosial Marketing. *Communicatus Jurnal Ilmu komunikasi*, 5(1), 99–118. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12010>
- Said, E. W. (2010). *Orientalisme: Menggugat Hegemoni Barat dan Mendudukkan Timur Sebagai Subjek* (A. Fawaid, Penerj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sanubari, V. D. (2023). Keberagaman Makna Pembaca: Analisis Resepsi Infografis Media Online Tirto.id. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.37715/calathu.v5i1.3591>
- Saragih, M., Surya, E., & Mesra, M. (2021). *Kajian Dasar Pariwisata*. Bekasi: Penerbit Andalan.
- Schwab, K. (2020). *Revolusi Industri Keempat* (F. Diena, Penerj.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, R. (2022). *Pascakolonial: Wacana, Teori, dan Aplikasi* (3 ed.). Yogyakarta: Gambang Buku Budaya.
- setneg.go.id. (2018, April 5). *Siaran Pers Kemenpar: Tawarkan 100 Destinasi Digital dan Nomadic Tourism, Strategi Baru Menpar Datangkan 17 Juta Wisman dan 275 Juta Wisnus di Tahun 2018*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. dari https://www.setneg.go.id/baca/index/siaran_pers_kemenpar_tawarkan_100_

- destinasi_digital_dan_nomadic_tourism_strategi_baru_menpar_datangkan_17_juta_wisman_dan_275_juta_wisnus_di_tahun_2018 diakses pada 21 Oktober 2023.
- Smith, S. M. (2014). Guest Editor's Introduction: Visual Culture and Race. *MELUS*, 39(2), 1–11. <https://www.jstor.org/stable/44392734>
- Soniansih, S. (2020). Ekonomi Digital dan Industri Pariwisata dalam Bingkai Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Seminar Nasional Manajemen Jayanegara*, 1(1), 96–105. <https://jurnal.stiekn.ac.id/index.php/senaja2020/article/view/274>
- Sterne, J. (2006). The Historiography of Cyberculture. Dalam D. Silver & A. Massanari (Ed.), *Critical Cyberculture Studies* (hlm. 17–28). New York & London: New York University Press.
- Strinati, D. (2020). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (A. Mukhid, Penerj.; 2 ed.). Yogyakarta: Narasi.
- TripZilla.com. (tanpa tahun). *About TripZilla Magazine*. TripZilla. dari <https://www.tripzilla.com/about> diakses pada 29 Oktober 2023.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009. (2009, Januari 16). Presiden Republik Indonesia. Diunduh dari https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_10.pdf
- United Nations, & World Tourism Organization (Ed.). (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. New York: United Nations.
- Untari, R., Avenzora, R., Darusman, D., & Sunarminto, T. (2019). *Polarisasi Respon Audiens Terhadap Materi Promosi Pariwisata Indonesia*. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/100897>
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0* (3 ed.). London: SAGE Publications.
- Walker, J. A., & Chaplin, S. (1997). *Visual Culture: An Introduction*. Manchester: Manchester University Press.
- Wearing, S., Stevenson, D., & Young, T. (2009). *Tourist Cultures: Identity, Place and The Traveller*. London: Sage Publication.
- Wiraseptya, T., Afdhal, V. E., & Stefvany, S. (2023). Perspektif Semiotika Wisata Harau Dream Park sebagai Bentuk Krisis Identitas Budaya Minangkabau. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 6(1), 87–91.
- Yang, L. (2024). *How Sensory Experiences Affect the Experience of Replica Tourist Destinations: From The Perspective of Embodied Cognition* (SSRN Scholarly Paper 4891609). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4891609>
- Yanuar, A., & Aufa, N. (2020). Instagramable Town. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Lanting*, 9(1), 101–112. <https://doi.org/10.20527/lanting.v9i1.549>
- Yanuar, M. (2018, April 7). *8 Destinasi Wisata Mini Eropa Di Indonesia Yang Harus Kamu Kunjungi*. TripZilla Indonesia. dari

<https://www.tripzilla.id/wisata-mini-eropa-di-indonesia/3303> diakses pada
14 September 2024.

Zhang, C. X., Yankholmes, A., & Morgan, N. (2022). Promoting Postcolonial
Destinations: Paradoxical Relations between Decolonization and ‘East meets
West.’ *Tourism Management*, 90, 104458.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104458>