

DAFTAR RUJUKAN

- APJII. (2024, February 7). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Retrieved October 8, 2025, from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Amalia, P. N. R. D., & Damariswara, R. (2022). *Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media edukasi di era generasi Z*. *Jurnal Akademika*, 11(2), 187–198. <https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>
- Avelia, R. (2021). *Efektivitas Kampanye TikTok Travel X Wonderful Indonesia Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Indonesia*.
- Bogdan, R. C., & Taylor, S. J. (1992). *Introduction to qualitative research methods: A phenomenological approach in the social sciences* (Edisi ke-2). New York: John Wiley & Sons.
- Budiman, A. (2016). *Efektivitas Promosi Desa Wisata Pulesari di Desa Wonekerto, Kecamatan Turi, kabupaten Sleman*.
- Cahyani, W. G. (2025). *Komunikasi Pribadi*.
- Chairiyah. (2024). *Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kebun Jeruk Hijau Manis Desa Pematang Kuing Kecamatan Sei Suka Kabupaten Batu Bara*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Medan.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Pearson.
- @ekowisata.pancoh. (2025). *Desa Ekowisata Pancoh*.
- Dao, Q. T., & Thai, T. A. P. (2025). *TikTok usage and body image: The mediating role of social comparison among Gen Z*. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 9(4), 127-141.
- Fitriani, D. N. A. (2024). *Pengaruh Akun Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata Kabupaten Gunung Kidul* [Studi kasus pada followers akun Instagram @pariwisata_gunungkidul]. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Pariwisata API" STIE "Pariwisata API" Yogyakarta.
- Geuens, R. (2024, November 26). *TikTok user demographics: What's the average age of TikTok users?* SOAX. Retrieved from <https://soax.com/research/average-age-of-tiktok-users>

- Hanifa, A., Almuhtadi, I., Natania, N. J., Handayani, P. W., Bressan, S., & Larasati, P. D. (2024). *Influence of TikTok on body satisfaction among Generation Z in Indonesia: Mixed methods approach*. JMIR Formative Research, 8, e56290. <https://doi.org/10.2196/56290>
- Hasbullah, B. S. (2022). *Pengaruh Promosi Wisata Alam di Instagram @Explorejogja Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata di Yogyakarta*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- I, S., & S, P. R. (n.d.). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1(2), 298-321.
- Jennings, G. (2010). *Tourism research* (2nd ed.). Milton: John Wiley & Sons.
- Juhaeri, Maswarni, & Nofiar. (2023). *Pemanfaatan tiktok sebagai media promosi pariwisata Lombok* (1400-1407 ed.). Prosiding Senantias: Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan PkM.
- Junaedi, R. A., Rahmatullah, M. A., Anggoro, A. D., & Safira, J. Z. (2025). Peran Media Sosial dalam Membentuk Citra Destinasi Pariwisata Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Al Azhar Indonesia*, 6(1).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). *Motivations for sharing tourism experiences through social media*. *Tourism Management*, 43, 46–54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.012>
- Ngatijan (2025). *Komunikasi Pribadi*.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). *Role of social media in online travel information search*. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh promosi penjualan dalam meningkatkan penjualan mobil Mitsubishi pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Valuta: Jurnal Administrasi Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, 1(2), 298–321.

Profil Desa Ekowisata Pancoh (2025).

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons.

Sirait, D. C. (2024). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Indonesia (Survei Pada Akun @pesonaindonesia)*.

Sukmadinata, N. S. (2005). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sulthan, M. (2017). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Purbalingga (Studi Pada Analisis Komunikasi Pariwisata Berbasis Digital)* [Prosiding seminar]. Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Tewu, D., Destine, D., & Gunawan, I. (2025). *Analysis of social media user growth and its implications for digital marketing strategies in Indonesia 2024*. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 7(3), 236–245. <https://doi.org/10.56293/IJMSSSR.2025.5623>

The Leap. (2025, August 20). *APJII survey: TikTok leads Indonesian social media usage with 35.17% access rate*. TheLeap.id. Retrieved from <https://theleap.id/detail/2520/apjii-survey-tiktok-leads-indonesian-social-media-usage-with-35-17-access-rate>

Veal, A. J. (2011). *Research methods for leisure and tourism: A practical guide* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.

Wibowo, F. A. (2025). *Komunikasi Pribadi*.

Wiyono, N. (2025). *Komunikasi Pribadi*.

Wulandini, I. (2025). "Healing": Pemahaman dan Praktiknya dalam Pariwisata Berdasarkan Konten Media Sosial TikTok. *Gajah Mada Journal of Tourism Studies*, 7(1). <https://doi.org/10.22146/gamajts.v7i1.100809>