

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ardissono, L., Goy, A., Petrone, G., Segnan, M., & Torasso, P. (2003). Intrigue : Personalized Recommendation of Tourist Attractions. *APPLIED ARTIFICIAL INTELLIGENCE: Special Issue on Artificial Intelligence for Cultural Heritage and Digital Libraries*, 17(8–9), 687–714.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Gita Atiko, Ratih Hasanah Sudrajat, Kharisma Nasionalita Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(3), 378–389.
- Badan Pusat Statistik. (2020). 3\_Februari\_09. [https://www.bps.go.id/website/materi\\_ind/materiBrsInd-20200203114355.pdf](https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20200203114355.pdf)
- Benyon, D., Quigley, A., O’Keefe, B., & Riva, G. (2014). Presence and digital tourism. *AI and Society*, 29(4), 521–529. <https://doi.org/10.1007/s00146-013-0493-8>
- Catur, K., & Wicaksono, B. (2013). *MENGUKUR EFEKTIVITAS SOCIAL MEDIA BAGI PERUSAHAAN Landasan Teori*. 9, 551–564.
- Effing, R. (2013). Social media strategy. *Handbook of Marketing Strategy, April 2013*, 198–216. <https://doi.org/10.4337/9781781005224.00022>
- El-Said, O., & Aziz, H. (2021). Virtual Tours a Means to an End: An Analysis of Virtual Tours’ Role in Tourism Recovery Post COVID-19. *Journal of Travel Research, March*. <https://doi.org/10.1177/0047287521997567>
- Gubrium, J. F., Holstein, J. A., Marvasti, A. B., & McKinney, K. D. (2012). *The SAGE Handbook of Interview Research: The Complexity of the Craft*. SAGE Publications
- Indonesia Statistical Bureau. (2018). Wisatawan Mancanegara. *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara*. <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1388>
- Jagadtya, K. H., & Aisyianita, R. A. (2020). Virtual Tour : Strategi Industri

- Pariwisata Selama Pandemi Covid-19. *Melancong: Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi, Dan Hospitalitas*, 3(1), 48–60.
- Manning, J. (2014). Social Media, Definition and Classes of. *Encyclopedia of Social Media and Politics*, January 2014.  
<https://doi.org/10.4135/9781452244723.n485>
- Mas'udi, W., & Winanti, P. S. (2020). *Tata Kelola Penanganan COVID-19 di Indonesia: Kajian Awal*.
- Purwono, W. (2020). *EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM DAGI ABHINAYA BOROBUDUR Diajukan kepada Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta untuk memenuhi gelar sebagian persyaratan guna memperoleh Gelar Ahli Madya Pariwisata*.
- Revindo, M. D., Sabrina, S., & Sowwam, M. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pariwisata Indonesia : Tantangan , Outlook dan Respon Kebijakan. *Pusat Kajian Iklim Usaha Dan GVC - LPEM FEB UI, April*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Syuderajat, F., & Puspitasari, K. (2017). Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication Pt Gmf Aeroasia. *Pengelolaan Media Sosial PENGELOLAAN*, 9(2), 81–97.  
<http://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/4173/3499>
- Valentina, F., & Handjojo. (2013). *Perancangan Dan Implementasi Aplikasi Content Management System Dengan Format Virtual Online Tour. 1(2)*, 1–6.
- Winardi, R. D., Mada, U. G., Fatmawati, D., & Mada, U. G. (2019). *Metoda Wawancara. September 2018*.
- Wicaksono K. C. B. (2013). MENGUKUR EFEKTIVITAS SOCIAL MEDIA BAGI PERUSAHAAN. *Binus Business Review*, 4 (1), 551-564. Diakses dari <https://research.binus.ac.id>