

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Nidya, Beni Prasetyo, and Zukhufi Izza Ramadhan. *New Media Dan Komunikasi Dakwah*, n.d.
http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf%0Ahttp://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf%0Ahttps://direitoufma2010.files.wordpress.com/2010/.
- Bachtiar, Youna. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra (Studi Kasus Yayasan Putri Indonesia).” *Studi Kasus* 1 (2022): 8.
- Daffa, Katon Van, and Ina Ratnasari. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Puncak Sempur Kabupaten Karawang.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 1 (2022): 362–72.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5847407>.
- Ellien, A. “Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image.” *Fti Umn* 53, no. 9 (2018): 79–83. <https://kc.umn.ac.id/5866/>.
- Erlianti, Dila, Sandy Gunarso, Rahmadiana, Wulan Furrrie, Dhani Salman, Dessy Andamisari, Marhanani Tri Astuti, and Euis Nurul Bahriyah. *BUKU AJAR PUBLIC RELATIONS*. Edited by Yayan Agusdi. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Ginting, Rahmanita, Agus Yulistiyono, Abdul Rauf, Sardjana Orba Manullang, Albert Lodewyk Sentosa Siahaan, Devy Putri Kussanti, Tri Endi Ardiansyah, Tika Ristia Djaya, Aulia Suminar Ayu, and Faried Effendy. *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. Edited by Rifki Fauzi. Pertama. Cirebon: PENERBIT INSANIA, 2021.
- Herimanto, Bambang, Assumpta Rumanti, and Bambang Herimanto. *PUBLIK RELATIONS DALAM ORGANISASI*. Edited by Anton Rimanang. Sleman, Yogyakarta: SANTUSTA, 2007.
- Hidayat, Taufik Tri Nur, Chalil Chalil, and Maskuri Sutomo. “Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Taming.” *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 3, no. 2 (2017): 201–12. <https://doi.org/10.22487/jimut.v3i2.87>.
- Ichsan, Arief Nur, and Ainur Rochmaniah. “Persepsi Pengikut Instagram Terhadap Promosi Perpustakaan,” no. 1 (2024): 1–12.
- Kaharmudzakir, Isfa, and Mohamad Ichlas El Qudsi. “Pengaruh Konten Instagram @interstudioofficial Dan Opini Mahasiswa Terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi.” *Jurnal Riset Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 127–40.
<https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.455>.
- Kurniawati, Harashta Mulia, and Intan Primadini. “Dampak Komunikasi Efektif Melalui Konten Media Sosial @yellowfitkitchen Terhadap Minat Beli.”

- Soetomo Communication and Humanities* 3, no. 1 (2022): 39–55. <https://doi.org/10.25139/sch.v3i1.4479>.
- Maulidiyah, Isroul Ayu, and Fathor AS. “Peran Media Sosial Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Pada Desa Wisata Kabupaten Sampan.” *Jurnal Bina Manajemen* 12, no. 2 (2024): 83–105. <https://doi.org/10.52859/jbm.v12i2.570>.
- Mayroza, Novi Ramadhan. “Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Sungai Gelombang Bangkinang Kabupaten Kampar Perseptif Ekonomi Syariah,” 2024.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Edited by Siti Nurbaya Nunik. 4th ed. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nasrullah, Wahidin Saputra & Rulli. *Public Relations 2.0 Teori Dan Praktik Public Relations Di Era Cyber 0101*. Edited by Yusep MS. Depok: Gramata Publishing, 2011.
- Novianti, Yuli, Aang Chaarnaillan, Hanifahturahmi Hanifahturahmi, and Ahmad Saudi. “Pengaruh Konten Viral #BoikotAice Di Media Sosial Twitter Terhadap Citra Perusahaan PT. Alpen Food Industry Pada Masyarakat Pinang Sebatang Timur Perawang.” *Journal of Social Science and Digital Marketing* 3, no. 2 (2023): 29–38. <https://doi.org/10.47927/jssdm.v3i2.633>.
- Nugroho, Catur. *CYBER SOCIRTY : Teknologi , Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*. Pertama. Jakarta: KENCANA, 2020.
- Rahmadi. *Pengantar Metode Penelitian*, n.d.
- Sartikah, Sartikah, Girang Razati, and Rd. Dian Herdiana Utama. “Peran Media Sosial Dalam Memperkuat Loyalitas Pada Merek.” *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 18, no. 1 (2019): 28. <https://doi.org/10.17509/strategic.v18i1.17588>.
- Solis, Chris Heuer dalam. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey, Canada., 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV, 2017.
- Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: ALFABETA, CV, 2013.
- Syafira, Risya. “Pengaruh Isi Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image Erigo.” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* VI, no. I (2023): 73–83.

Tarik, Daya, Citra Destinasi, and D A N Fasilitas. "Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya." *Ulang Objek Wisata Wahana Surya*, 2021, 129–37.

Ummah, Masfi Sya'fiatul. "PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING ER-CORNER BOUTIQUE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI KOTA PEKANBARU." *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regscuirbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*. Edited by M.Pd. Retno Widyaningrum. M.E.S. Jl. Ipda. Tut Harsono, Gg. Gading 04 CTT. Depok Sleman Yogyakarta 55281: Pustaka Felicha, n.d.