

DAFTAR PUSTAKA

ARTIKEL

- Daniswari, Dini. “Mengenal Danau Ranau, Lokasi, Daya Tarik, dan Manfaat.” *kompas.com*,2022.<https://medan.kompas.com/read/2022/01/11/200346478/mengenal-danau-ranau-lokasi-daya-tarik-dan-manfaat>.
- Fellayati, Hairum. “Apa itu Instastory? Pengertian, Ukuran, Hingga Cara Membuatnya” (2022). <https://blog.rumahweb.com/instastory-adalah/>.
- Fikriansyah, ilham. “Danau Ranau, Pesona Alam yang Indah di Sumatera Selatan.” *detiksumbagsel.palembang*,2023.<https://www.detik.com/sumbagsel/wisata/d-6758457/danau-ranau-pesona-alam-yang-indah-di-sumatra-selatan>.
- Manoban, Bella. “Apa Itu Caption? Ini Pengertian, Fungsi, Tips Membuat, Dan Contohnya”(2022).<https://www.idntimes.com/life/education/seointern/caption-adalah?page=all>.
- Nopriansyah, Alan. “Mengenal Wisata Air Ranau Rafting di Danau Ranau yang Masuk Nominasi Anugerah Pesona Indonesia.” *sripoku.com*. Muaradua, 2023.<https://palembang.tribunnews.com/2023/09/06/mengenal-wisata-air-ranau-rafting-di-danau-ranau-yang-masuk-nominasi-anugerah-pesona-indonesia>.
- “Wisata Pantai Pelangi Danau Ranau, Eksotika Pantai Dengan Air Tawar Destinasi Liburan Keluarga.” *sripoku.com*. oku selatan, 2022. <https://palembang.tribunnews.com/2022/11/20/wisata-pantai-pelangi-danau-ranau-eksotika-pantai-dengan-air-tawar-destinasi-liburan-keluarga>.
- Perdana, Arkan. “Instagram Reels: Apa Itu, Fitur-Fitur, Manfaat, dan Tips Menggunakan”(2022).<https://glints.com/id/lowongan/instagram-reels-adalah/>.
- Sari Astari Clara,dkk. “Komunikasi Dan Media Sosial.” *ResearchGate* (2018).
- Setiawan, Anton. “Mengungkap Pesona Ranau, Danau Kedua Terbesar di Sumatra.” *indonesia.go.id*,2023.<https://indonesia.go.id/kategori/pariwisata/7001/mengungkap-pesona-ranau-danau-kedua-terbesar-di-sumatra?lang=1?lang=1>.
- Skavish, Kate. “Ruang Live Instagram: Yang Perlu Anda Ketahui untuk Memulai” (2024). <https://wave.video/id/blog/instagram-live-rooms/>.
- Tisna. “Pati Marga Salah Satu Pantai Yang Mendapatkan Keindahan Panorama Danau Ranau.” *Buktivetunjuk.id*. <https://buktivetunjuk.id/pati-marga-salah-satu-pantai-yang-mendapatkan-keindahan-panorama-danau-ranau/>, 2023.
- Yolanda, Agnes. “Wisata Air Panas Danau Ranau: Pengalaman Berenang yang

Menyegarkan.”*indonesiabagoes.com*,2023.<https://www.indonesiabagoes.com/wisata-air-panas-danau-ranau-pengalaman-berenang-yang-menyegarkan/>.

Yusu, Nicko. “Panduan Lengkap Menggunakan Direct Message di Instagram: Cara Efektif Berkomunikasi dengan Pengguna Lain” (2023). <https://anakteknoid.com/social-media/instagram/panduan-lengkap-menggunakan-direct-message-di-instagram-cara-efektif-berkomunikasi-dengan-pengguna-lain-16902>.

“5 Tips Teknik Foto Panorama untuk Hasil Potret yang Lebih Indah.” *bliblifriends*,2023.<https://www.blibli.com/friends/blog/teknik-fotopanorama-03/>.

BUKU

Danis, Puntoadi. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Rachmawati, Muntasib. *Rekreasi Alam dan Ekowisata*. Bogor: IPB Press, 2014.

Sugiyono. *metode penelitian kuantitatif,kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Suwantoro. *Sejarah Indonesia*. Jakarta: PT Citra Aditya, 2002.

Wekke Ismail Suardi,dkk. *metode Penelitian Sosial*. yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2019.

JURNAL

Achmad Syamsu Hidayat,Muhammad Adnan Zain, Sofia Leila Ariyani. “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara.” *Jurnal pengabdian al-ikhlas* 5, no. April (2020): hal 134-135.

Anandhyta, Annisya Rakha. “Hubungan Tingkat Partisipasi dengan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Pesisir.” *Jurnal Nasional Pariwisata* 12, no. Iv (2020): Hal. 70-78.

Angga, Hellen Devy. “Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar.” *Jurnal Sosiologi DILEMA* 32, no. 1 (2017): Hal. 34-36.

Artifiani Citra Havianto, Tati Artiningrum. “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Objek Wisata Bumi Almira.” *Geoolanart* 4, no. 2 (2022): hal

91-103.

Ayu, Supradono, Bambang dan Hanum. "Peran Sosial Media untuk Manajemen Hubungan dengan Pelanggan pada Layanan ECommerce." *Jurnal Komunikasi Massa* 7, no. 2 (2011): Hal. 35.

Dewi Putu Purnama, Rony Kurniawan. "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Tukad Unda Berbasis Partisipasi Pengunjung." *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2021.

Wekke Ismail Suardi, dkk. *metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2019.

Fajri, Jawhari. "Dimensi Interaktivitas Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 3 (2017): Hal 87-92.

Ferry Darmawan, Maryani Anne. "Pola Penggunaan Sistem Komunikasi 'Synchronos' Dan 'Asynchronous' Di Internet Di Kalangan Pengusaha Kecil-Menengah." *Jurnal komunikasi Dan Bisnis* 3, no. 2 (2012): hal. 246. file:///C:/Users/qq computer/Downloads/460-494-1-PB (1).pdf.

Hamson, Zulkarnain. "Ekliptis teori komunikasi." *Journal ResearchGate*. January (2020): hal 6-9.

Hasan, Kamaruddin, Annisa Utami, Suci Eni, Nurul Izzah, dan Saskia Cahya. "Komunikasi Di Era Digital : Analisis Media Konvensional Vs New Media Pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh Angkatan 2021." *Jurnal komunikasi dan pemberdayaan* 2, no. 1 (2023): Hal.56-63.

Hurcombe Edward, Burgess, Jean. "Digital Journalism as Symptom, Response, and Agent of Change in the Platformed Media Environment." *Jurnal Digital Journalism* 7, no. 3 (2019): Hal. 122.

Ida Bagus Kade Yoga Pramana, Yulita Rieka Widawara. "Difusi Inovasi Dan Adopsi Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Di Era Pembelajaran Daring." *Jurnal Difusi Inovasi* 03, no. 01 (2021): Hal.23-24.

Indika, Deru. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis Terapan* 01, no. 01 (2017): 25–32.

Kerkhof, Mele. "Analyzing Cultural Tourism Promotion On Instagram: a Cross-Cultural Perspective." *Journal of Travel and Tourism Marketing* 01, no. 03 (2021): Hal.326-340. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1906382>.

Lidya, Sandra Joyee. "Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di Media Sosial Twitter." *Jurnal EKomunikasi* 1, no. No 2 (2013): 55–60.

- Mahendra, Bimo. "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)." *Jurnal Visi Komunikasi* 16, no. 01 (2017): hal 151-160.
- Ratnamulyani, Fauziah. "Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial." *Jurnal Komunikatio* 01, no. 03 (2018): Hal.27-40. <https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1210>.
- Satria Putri, Ayutiani. "Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner." *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 01, no. 03 (2018): Hal.39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>.
- Soemanagara. "Strategi Pemasaran Di Media Sosial Instagram." *Jurnal Teknologika* (2008): hal 25-27.
- Sri Ekowati dan Naningsih, Dwi. "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Muslimahdaily.Com Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Ilmu Komunikasi XXVII*, no. 02 (2022): Hal.124.
- Sudrajat Hasanah, Atiko. "Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel)." *Jurnal Sositoteknolog* 01, no. 01 (2016): Hal. 378-389.
- Virtanen, Henrik. "Follow For Follow: Marketing For a Start-up Company On Instagram." *Journal BMC Public Health* 03, no. 02 (2017): Hal.1-8.
- Yahya, Alfindra. "Motivasi Mahasiswa Bergabung Dalam Media Sosial Instagram." *Journal Communication Quarterly* 2, no. 1 (2017): Hal.77-102.

