

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Putranto Prasetyo W.T., S. (2020). *Manajemen Media Massa*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Adikusuma, S., & Sukandi, P. (2023). Development Analysis In Jonday Furniture Product Innovation In The Modern Era. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 208-213.
- Agama, K. (2015). Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI. *Kementrian Agama, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam*.
- Andriyani, K., & Raqib, M. (2021). Promosi Produk Di Era Digitalisasi Terhadap Minat Masyarakat Berumrah Pada Biro Hajar Aswad Mubaroq Surakarta. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(1), 131-146.
- Arbi, F., & Dewi, S. I. (2019). Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi kamera indonesia malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 6(2).
- Arifin, A. (2018). *Ensiklopedia Fiqih Haji dan Umrah (Ed. Revisi)*. Elex Media Komputindo.
- Arif, F. M. (2019). Penyelenggaraan Ibadah Umroh Berbasis Maslahat. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 4(1), 22-39.
- Asyabilly, L. M., Wahim, I., & Mahawira, K. (2024). Eperan Digital Di Pesilak Tour & Travel Di Era Globalisasi. *Economics and Digital Business Review*, 5(2)
- Bangsa, J. R., Isnawati, S. I., Fauzi, I., Aziz, A., & Siswati, A. (2024). Implikasi Pengaruh Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 34-42.
- Baskara, T., & Fajar Rizki, M. (2019). Proses Publikasi Humas Badan Nasional Pengelolaan Perbatasan Pada Akun Media Sosial Instagtam. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 19-26.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.
- Devi, N. S. K., Sirajuddin, S., & Supardi, S. (2024). Strategi Penggunaan Media Digital Dalam Promosi Paket Wisata di CV. Coren Lombok Travel. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(6), 941-948.

- Dewi, I. A. P. M., Meitriana, M. A., & Zukhri, A. (2016). Efektivitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire dan Action) Studi pada pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 8(3).
- Durianto, D., Sugiarto, A. W., & Hendrawan, S. (2003). Invasi pasar dengan iklan yang efektif. *Jakarta: PT Gramedia pustaka utama*.
- El Ghifari, L. F., & Supendi, M. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara*, 16(3), 504-512.
- Erdina, T. V., & Hariani, D. (2017). Analisis Efektivitas Organisasi Dalam Program Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) Di Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 6(3), 334-354.
- Fatimah, S., & Nosita, F. (2019). Analisis Efektivitas Iklan Ramayana Berbasis Epic Model pada Media Sosial YouTube. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 39-54.
- Febrino, P., & Supriatno, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Produk MS GLOW. *Jurnal Paradigma Madani*, 9(2), 141-162.
- Firmansah, S., & Sungkono, S. (2023). Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial Pada Badan Pusat Statistik Karawang. *Optimal Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(3), 52-61.
- Fitriyani, W., Julianti, B. P., Indra, A. N., Sari, S. R., Febrian, M. R., & Nurhayati, E. (2024). Penggunaan Bahasa Dalam Promosi Bisnis di Media Sosial: Meningkatkan Penjualan Yang Menguntungkan. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 7(5).
- Girsang, L. R. (2017). Pengukuran efektivitas iklan (Studi komparasi: iklan media cetak dan iklan media online). *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(2), 68-86.
- Haiqal, R. A., & Fauzi, A. (2024). Perancangan Desain Feeds Instagram Sebagai Media Promosi dengan Menggunakan Photoshop pada Depot Tongseng Kurnia Jombang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 417-425.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25-43.
- Himpuh. (2024, Januari 19). Kemenag Minta Travel Haji dan Umrah Perkuat Manasik kepada Jemaah. *Himpunan Penyelenggara Umrah & Haji*.

<https://himpuh.or.id/blog/detail/1219/kemenag-minta-travel-haji-dan-umrah-perkuat-manasik-kepada-jemaah>

- IS, M. M., Basri, H., & Haikal, F. M. (2023). Peran Teknologi Digital Dan Instagram Dalam Promosi Paket Umroh di Wilayah Kabupaten Tasikmalaya. *Armuzna: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah (MHU)*, 1(1), 9-15.
- Kamaluddin, A. D. (2024, January). The Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Usaha Tour dan Travel. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 4, No. 1).
- Kartono, A. (2016). Solusi Hukum Manasik Dalam Permasalahan Ibadah Haji Menurut Empat Mazhab. *Jakarta: Pustaka Cendekiamuda*.
- Komalasari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Umsida Press, 1-83.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Krippendorff, K. (2018). *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Sage Publications.
- Lamazio, M. A. (2016). Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji dan Umroh Melalui Media Website. *Jurnal Manajemen Dakwah*. Semarang:, Univesitas Islam Negeri Walisongo.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media sosial dalam mempererat interaksi antar keluarga di desa Esandom kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Lestari, N. P. D. A., & Putri, P. I. D. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Travel Bali Island Sebagai Media Promosi Bisnis Perjalanan. *Abdimas Galuh*, 5(2), 1642-1654.
- Luttrell, R. (2019). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Rowman & Littlefield Publisher.
- Mafulla, D., Hestianah, S., & Kholik, A. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *Jurnal el-Idarah*, 1(2).
- Muhasim, M. (2017). Pengaruh tehnologi digital terhadap motivasi belajar peserta didik. *Palapa*, 5(2), 53-77.

- Nadya, N. (2016). Peran digital marketing dalam eksistensi bisnis kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 133-144.
- Nafi, M. (2015). Haji dan Umrah Sebuah Cermin Hidup. *Jakarta: Erlangga*.
- Noprianto, E. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Dan Penerapan Social Media Analytics (Sma) Untuk Perpustakaan Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Budaya*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/10.31849/pb.v5i2.1583>
- Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Bahasa. Surakarta.
- Nurhidayat, M., & Maulidan, M. R. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Sarana Optimalisasi Penasaran Produk Heps. Ind. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 102-113.
- Nasrullah, R. (2021). Manajemen Komunikasi Digital. *Prenadamedia Group*. Jakarta
- NY, E. S., & Widodo, S. (2024). Optimization of Social Media as a Marketing Tool at PT. Indonesian Travel Amanah. *Sinergi International Journal of Economics*, 2(2), 110-122.
- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). Model AIDA: Pola penggunaan media sosial dalam meningkatkan kepuasan penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Puspita, N. A. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram@ detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 112-117.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Pramudita, O. (2023). Manfaat Media Digital Dalam Pengembangan Promosi Paket Umrah di PT. Aqm Tour And Travel Kota Bengkulu (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing.
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi marketing menggunakan Instagram. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 39-51.

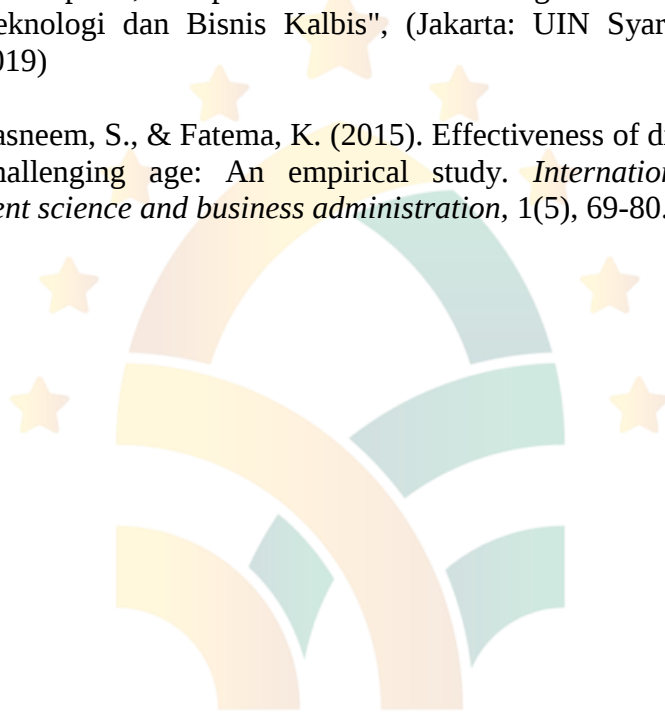
- Rahayu, M., & Aw, S. (2019). Strategi Pemasaran Digital Narapati Indah Syariah Hotel Convention Bandung. Lektur: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(5).
- Sagiyanto, A., & Ardiyanti, N. (2018). Self disclosure melalui media sosial Instagram (Studi kasus pada anggota Galeri Quote). *Nyimak: Journal of Communication*, 2(1), 81-94
- Saifulloh, M., & Siregar, M. U. (2019). Pengungkapan diri Gofar Hilman sebagai influencer melalui media Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(2), 167-180.
- Salamah, S. (2017). Strategi Digital Marketing PT. Wahana Mitra Wisata (Wahana Haji Umrah) (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital marketing: komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sari, D. N., & Fasa, M. I. (2023). Analisis Konten Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 1-10
- Silalahi, U. (2006). Metode penelitian sosial.
- Sprout Social “Best Times To Post On Social Media”
<https://sproutsocial.com/insights/best-time-to-post-on-social-media/>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif. Bandung: Alfabeta.
- Suhaili, U. A. S. A. (2015). *Kitab Super Lengkap Tuntunan Haji dan Umrah*. Ilmu Cemerlang Group..
- Suwatno, H. (2017). Komunikasi Pemasaran Kontekstual. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syaifuddin, A. (2022). Strategi Pemasaran Akun Youtube Lincung Studio Dalam Meningkatkan Viewer . Skripsi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam FUAD IAIN Ponorogo, 10.
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan media sosial dalam proses pembentukan opini publik (analisa wacana Twitter SBY). *Jurnal Komunikasi*, 8(3).

Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro kecil dan menengah bisnis kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43-57.

Tri Yoko Aziz Saputro, Skripsi: "Pemanfaatan Instagram Oleh Perpustakaan Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis", (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019)

Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International journal of management science and business administration*, 1(5), 69-80.



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON