

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Al Athas, S. I. (2020). Perancangan Pusat Kuliner Dan Oleh-Oleh Di Trusmi Cirebon Dengan Pendekatan Arsitektur Neo-Vernakular.
- Amat, M. Y. (2019). Analisis Atraksi Tamansari Gua Sunyaragi Sebagai Destinasi Wisata Utama Di Kota Cirebon, Jawa Barat (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada)
- Anggoro, G. D., Dunan, A., & Karman, K. (2021). Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Memasarkan Destinasi Wisata Alam Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 223
- Apandi, M. P., Nurprianti, N., Wahyuningsih, M., & Salsabilla, B. (2021). Pembelajaran Penerjemahan: Studi Kasus Penerjemahan Situs Gua Sunyaragi.
- Badruzzaman, Said, et.al. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Di Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 5(1). Skripsi.
- Damayanti, B., Nurajijah, S., & Ali, M. N. (2023). Gua Sunyaragi sebagai Wisata Bersejarah di Cirebon. *Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 1(2), 203-213.
- Datareportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia DataReportal Global Digital Insights*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Fadillah, Nissa Nur. "Pemasaran Potensi Gua Sunyaragi Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Cirebon." (2018).
- Farid, M., & Farhah, E. (2021). Pemanfaatan Algoritma Instagram dalam Meningkatkan Promosi ODTW Budaya (Studi Kasus di @KampungbudayaPijiWetan). *Cakra Wisata*, 22(2), 1-8.
- Halim, A., & Rahman, A. (2020). The impact of social media interaction on customer Indonesia. *International Journal of Business and Management Invention*, 9(5).
- Indrawati, M., & Sari, Y. I. (2024). Memahami warisan budaya dan identitas lokal di Indonesia. *Jurnal Penelitian dan Pendidikan IPS*, 18(1), 77-85.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2017). Social media: Back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104. <https://doi.org/10.1108/13287261211232126>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management (6/E). *Baski, Essex: Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Marketing Management, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 2003. Manajemen Pemasaran (Edisi 11). Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, Pugh. "Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada Batik Burneh." Competence: *Journal of Management Studies* 11.2 (2017).

- Kurniawati, D. (2016). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi pariwisata lokal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 112–123.
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146–172. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0415>
- Lontoh, Jurista K., Altje L. Tumbel, and Raymond Ch Kawet. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8.4 (2020).
- Masunah, J., Mariah, Y. S., & Heriyawati, Y. (2020). Pemanfaatan Potensi Budaya Lokal melalui Sanggar Seni Pertunjukan untuk Event Pariwisata di Cirebon. *Sosiohumanika*, 13(1), 25-44.
- Meifilina, A. (2021). Strategi Komunikasi, Mobilitas Sosial Serta Perubahan Perilaku Masyarakat Dalam Menghadapi Penyebaran Covid-19.
- Mulyani, Yani Sri, Taufik Wibisono, and Agung Baitul Hikmah. "Pemanfaatan media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi." *Jurnal Ilmiah Hospitality* 11.1 (2022): 291-296.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, Y. E., & Dami, K. (2021, June). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansemau. In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management* (Vol. 4, No. 1, pp. 169-194).
- Permana, A. Y. (2021). *Balubur-Tamansari Kota Bandung: Dalam Bingkai Transformasi Kota: antara Kota Kolonial dan Kota Pendidikan*. CV Cendekia Press.
- Pradana, A., Sari, D., & Hidayat, R. (2020). The role of quality content in social media marketing: A study in Indonesia. *Journal of Marketing Research*, 12(2), 123-135.
- Pranaka, (2017). *The Power of Social Media Marketing*. New York: Business Expert Press.
- Prasetyo, E., & Nugroho, A. (2020). Data analytics in marketing: A case study of Indonesian SMEs. *Journal of Business Research*, 116, 1-10.
- Prasetyo, E., & Nugroho, A. (2020). Data analytics in marketing: A case study of Indonesian SMEs. *Journal of Business Research*, 116, 1-10.
- Pujianto, F. (2012). *Desain lansekap taman sari: objek studi Gua Sunyaragi Cirebon*
- Purnomo, A., & Ahmad Muhibbin, M. (2018). *Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pariwisata di kabupaten karanganyar (studi analisis deskriptif kualitatif pada akun instagram@ explorekabkaranganyar)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

- Puspitarini, Dinda Sekar, Reni Nuraeni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1)
- Putra, F. W. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Pariaman Untuk Mempromosikan Pesta Budaya Tabuik Dalam Upaya Menarik Wisatawan.
- Raffles, T. S. (2019). The history of Java. Media Pressindo.
- Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). Pemanfaatan media sosial instagram akun@MR. CREAMPUFF sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan (Doctoral dissertation, Riau University).
- Romadhan, M. I., & Rusmana, D. S. A. (2017, October). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat. In *Prosiding Seminar Dan Call For Paper* (Vol. 85, p. 90).
- Santika, A. (2021). Analisis Online City Branding Kota Cirebon “The Gate Of Secret” Oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan, & Pariwisata.
- Sanusi, A., Arif, F., & Hasyim, R. S. (2022). *Perubahan Eksistensi Sungai dan Pengaruhnya Bagi Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Kota Cirebon Pada Masa Hindia Belanda Tahun 1900-1942*. Yayasan Wiyata Bestari Samastra.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Setiawan, R., & Rachmawati, D. (2020). Interaksi media sosial dan pengaruhnya terhadap kepercayaan serta kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 34–45.
- Sitorus, O.F., & Utami, N. (2017). Strategi Promosi Pemasaran. Diambil dari <http://qorvja5yuewzhj2yvjavov2bo.booksc.me/book/5686392/1c6357>
- Sukoso, A. (2017). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Wisata Kebun Buah Mangunan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kebunbuahmangunanbantul). UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Susanto, Eko Harry, Safa. (2020). Promosi Cyber Film Bumi Manusia. *Jurnal Prologia*, 4(2).
- Syahrizal, M. (2022). Media sosial Instagram sebagai media promosi destinasi wisata. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 15–27.
- Syahrizal, M. F. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Strategi Pemasaran (Studi Kasus Objek Wisata Ledok Sambi Ecoplayground Dalam Menarik Minat Pengunjung Sebelum Pandemi Covid-19 Dan Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021).
- Tresnawati, Yuni. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Potensi Wisata Bahari Cilacap Jawa Tengah. *Jurnal Perspektif Komunikasi UMJ*, 1(2).

- Trihayuningtyas, E, et.al. (2018). Media Sosial Sebagai Informasi Dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z Di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, 4(1).
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Utari, Monica (2017, Oktober). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis para Followersnya. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 4 No. 2, 1-20.
- Warliati, A. E., & Puarag, P. (2025). Analisis Perspektif Pengenalan Bangunan Cagar Budaya Di Kota Cirebon Menggunakan English Storytelling. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 19(1), 97-114.
- Wibawa, C. (2025). Strategi Optimalisasi Kuliner Lokal Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 9(1), 29-43.
- Wibowo, A., & Sari, R. (2020). The effectiveness of positioning strategies in the Indonesian market. *Journal of Business and Management*, 8(1), 15-25.
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. (2019). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi library based community (studi kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo@ Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), 21-30.