

DAFTAR PUSTAKA

- Agricol, F. D. E. M. (2000). *Current trends in managing mountain tourism destinations*. 13, 12–16.
- Ahmadi, R. K., Purnomo, E. P., & Hadiyati, E. (2024). Integrating Marketing Strategy: Destination Image and Digital Marketing's Impact on Tourist Interest in Banyuwangi. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18, 161. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2024.v18.i02.p06>
- Alfiansyah, R., Aisya, R. R., Rosmaningsih, D. E., & Muthiarsih, T. (2023). *Implementasi Strategi Brand Image dan Promosi Media digital Pada Pabrik tahu*. 4(4), 7177–7182.
- Anggraini, D. P., Winarsih, A. D., & Ulya, A. F. (2022). Retorika Nation Branding dalam Pesona Indonesia sebagai Media Pemasaran Pariwisata Indonesia. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(12), 5893–5896. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i12.1192>
- Ardan, T. S., Destriani, M., & Akbar, B. A. (2025). *Pemanfaatan Platform Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Sapu Ijuk di Desa Cikawung Subang*. 6(2), 2509–2516.
- Ardinata, R. P., Susanti, R., & Rahmat, H. K. (2023). *Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Wisata Chinangkiak Dreampark Solok Sumatera Barat*. 5(1).
- Ari. (2023). Pengaruh Liteasi Keuangan Dan Teknologi Digital Terhadap Keputusan Investasi Saham Generasi Milenial. *Asiavesta*, 10(01), 1–19. <https://www.asiavesta.com/perkembangan-pasar-modal-indonesia/>
- Ariyani, R. M., & Dhameria, V. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon*. 6(2), 133–147. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p133-147>
- Artanti, Y., Prasetyo, F. H., & Sulistyowati, R. (2019). *Bagaimana Pemasaran Media Sosial Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online: Studi tentang Pemasaran Viral dan Persepsi Kemudahan Penggunaan*. 2019, 988–1004. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.4066>
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2021a). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @indtravel). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(3), 378–389.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2021b). Analisis Strategi promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementrian Pariwisata RI (Studi Deskriptif Pada Aakun Instagram @Indtravel). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(3), 378–389.
- Aw, S., Agustinova, D. E., Fitriana, K. N., Arif, N., & Wulansari, N. L. T. (2024). E-tourism: A communication strategy of Yogyakarta's tourism potential marketing in industrial revolution 4.0 era. *Informasi*, 53(2), 189–196. <https://doi.org/10.21831/informasi.v53i2.54019>

- Ayuh, E. T., Darmi, T., Ekowati, S., Adhrianti, L., & Hafizah, E. (2023). Digital Marketing Communication Strategy For Strengthening Bengkulu City Tourism Brand. *Aristo*, 10(3), 591–597. <https://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/EASTAAHS%0Ahttps://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/download/EASTAAHS/2491>
- Bigas, S., Pamungkas, B., Zainy, N. A., Ningsih, A. S., & Asia, S. (2026). *Transformasi Digital Sebagai Strategi Adaptif Dalam Menghadapi Dinamika Lingkungan Bisnis : Peran Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM*. 5(1), 5666–5673.
- Boari. (2024). *Analisis Strategi Promosi Dan Pelayanan Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Di Indonesia*. 19(5), 1–23.
- Cadena, S. J. (2020). *Penelitian kualitatif: interaksi dan pengalaman*. 22(4), 2019–2020.
- Carroline, A., & Ritonga, R. M. (2024). *Analisis Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Minat Berkunjung Wisatawan*. 7(September), 9522–9526.
- Cater, C. (2016). Management perspectives of mountaineering tourism. *Mountaineering Tour.*, 7(2), 313–327. <https://doi.org/10.4324/9781315769202>
- Ciremai, I. G. (n.d.). *Struktur Organisasi Taman Nasional Gunung Ciremai*. <https://www.instagram.com/p/CYsq-DarDnD/>
- D.Roselina. (2019). *Strategi pemasaran digital dalam mempromosikan produk*. 4(4), 58–66.
- Danyal, M., Damayanti, T., & Liestiandre, H. K. (2025). Digital Marketing Approaches For Tourism Growth: A Study of Puncak Bila, Sidrap. *Journal of Islamic Economic and Business*, 7(4), 2025. <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alkharaj>
- Fairuz. (2026). *Analisis media sosial dan influencer dalam penyebaran informasi bencana banjir bandang di aceh: kajian teori*. IX(1), 18.
- Fauziah, R., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Efektivitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikatio*, 4(April), 27–40.
- Fellanny, P., & Paramita, S. (2023). Analisis Digital Branding pada Media Sosial Akun Instagram. *Prologia*, 7(1), 189–197. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.21303>
- Fiddaroini, S., & Laili, C. N. (2025). Analisis Implementasi Strategi Digital Marketing Melalui Pembuatan Artikel Seo Pada Divisi Gas Medis Dan Gas Industri Pt. Lintas Sinergy Mandiri. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (JEBISMA)*, 3(2), 125–140. <https://doi.org/10.70197/jebisma.v3i2.168>
- Gumilang, A. S. P., Gandhy, A., & Prasetyo, B. D. (2024). Digital Marketing Development Strategy to Increase the Number of Tourists. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2165–2176. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2904>
- Herawati, N. A., Nay, G. K., Aparato, M., & Dwiarta, I. M. B. (2025). *Peran Media Sosial sebagai Strategi Digital Marketing dalam Mengubah Perilaku Konsumen*. 2(2), 17–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i2.500>

- Heronimus Tri Panigoro, Sayekti, R. N. S., & Askiyanto, M. (2025). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Petugas Dan Daya Tarik Obyek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Wisata Pendakian. *Journal of Indonesian Economic Research*, 3(1), 40–51. <https://doi.org/10.61105/jier.v3i1.178>
- Herry Arianto. (2025). Efektivitas Unsur Pembentuk Digital Video Marketing terhadap Viralitas dan Citra Destinasi Pariwisata Bali. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 5(1), 761–779. <https://doi.org/10.55606/jempper.v5i1.6046>
- Hidayat, M. S., Annisa, F. N., Arafah, H., Fivtyaningsih, N., Riski, N. N. S. A., & Fauzan, A. D. (2025). Penguatan Potensi Wisata Gunung Pakuwaja Dengan Digital Marketing. 2(6), 254–261.
- Hizmi, S., & Puspawati, N. N. A. T. (2023). Website With an Online Marketing Model Approach Dengan Pendekatan Online Marketing Model. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(2), 220–228. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/8265>
- Jenal Abidin, Rizqy Faza Faqiha, Muhammad Ridho Ilahi, & Annisa Damayanti. (2025). Strategi Pengembangan Promosi Berbasis Digital Studi Kasus : Curug Cijalu, Kab. Subang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(2), 304–320. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v21i2.697>
- Kurniawan, T., & Muqtabar, M. F. G. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Di Curug Leuwi Hejo. *Bogor Hospitality Journal*, 7(1), 26–32. <https://doi.org/10.55882/bhj.v7i1.74>
- Lestari, K. S., Hasman, S. Y., Salam, M. F., & Fadil, M. F. (2025). Strategi Video Promosi untuk Meningkatkan Pemasaran Pariwisata Villa Saung Benteng Gunung Salak Bogor. *MAVIB Journal*, 6(2), 232–247. <https://doi.org/10.33050/mavib.v6i2.3750>
- M. Fathun Niam, Emma Rumahlewang, H. U., Ni Putu Sinta Dewi, Suci Atiningsih, T. H., Illia Seldon Magfiroh, Raden Isma Anggraini, Rullyana Puspitaningrum Mamengko, S. F., Maria Septian Riasanti Mola, A. A. S., & Wajdi., F. (2024). Metode Penelitian Kualitatif. In *General and Specific Research* (Vol. 4, Issue 2). <https://adisampublisher.org/index.php/edu/article/view/744/784>
- Mandira, I. M. C. (2023). *Personal Branding di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi President Oriflame)*. 22(1), 65–74.
- Maulana, M., Deliana, D., & Indah, T. (2025). Integrating Digital Marketing Communication and Community Participation for Sustainable Tourism Development: A Case Study of Sumberbulu Tourism Village, Indonesia. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 13(1), 76–87. <https://doi.org/10.12928/channel.v13i1.1061>
- Musliha, & Adinugraha, H. H. (2022). Digital Marketing in Tourism Destinations. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 32(2), 130–137. <https://doi.org/10.20473/jeba.v32i22022.130-137>
- Muzakky, N., Akram, A., Putra, D. S., Ulya, A., & Dwi, S. (2025). Strategi Komunikasi Digital MICE melalui TikTok dan Reels Sebagai Media Promosi Event. 266–279.

- Nathasya, H. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Digital Dan Sarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Desa Wisata Jatirejo Gunung Pati, Kota Semarang. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- Noviyanti, U. D. E., & Serinanda, A. R. (2022). Peran Kelompok Sadar Wisata Sidokumpul Kompak Berhias (SIKOBBER) Dalam Pengembangan Pariwisata di Kampung Kreasi Kabupaten Gresik. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 3(1), 37–47. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v3i1.48072>
- Nurhadi, N., Tazaka, M. A. K., Wahyuningsih, M., Wibowo, P. I. S., Imbenai, G. S., Risan, A. N. K., Maharani, S., Ghossani, I. Q., Sujono, H. W., Wisnu, W., Rizal, A. M. A., & Jesus, I. da C. de. (2024). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Pengembangan Desa Wisata Sombu Wakatobi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(2), 402–406. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i2.826>
- Nurmaeti, C., Abidin, Z., & Prianto, A. (2018). *Keanekaragaman Burung pada Zona Penyangga Taman Nasional Gunung Ciremai*. 10(2), 54–59.
- Pratomo, A., Mutammimah, H., & Fitriani. (n.d.). *Pengembangan Website Profil Objek Wisata Alimpung Island Sebagai Media Informasi Digital*. 91–99.
- Purbawati, D., Ramadhan, D. M., Kurniawati, N. I., Maulina, G., & Nurseto, S. (2025). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Branding Ekowisata di Desa Tlahab: Studi Kasus Wisata Alam Posong*. 08(08), 5326–5334. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8>
- Rahman, A., Kusumadewi, R. A., & Nurzaman, F. (2025). *Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Transformasi Teknologi*. 2(1), 8–20.
- Rozak, A. H., & Gunawan, H. (2015). *Gradien Ketinggian Memengaruhi Pohon dan Atribut Tegakan di Taman Nasional Gunung Ciremai , Jawa Barat , Indonesia*. 4(2), 93–99.
- Salsabila, Z. H. H., & Prathisara, G. (2025). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Destinasi Wisata Desa Pandanrejo. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 5(1), 161–171. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2671>
- Saniah, N., Informasi, S., & Utama, U. P. (2025). *Strategi Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Era Digital*. 3(1), 355–360.
- Sarwono, A. W. (2025). *Pengelolaan homestay berbasis pariwisata berkelanjutan pada kawasan wisata pantai watukarung*. 06(02), 84–110.
- Sefrialdi, O. :, Promaleasy, R., & Pratiwi, D. (2026). Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Dalam Digital Marketing Dan Perannya Terhadap kinerja Pemasaran UMKM Food And Beverage Di Kota Pekanbaru. *Jma*, 4(1), 3031–5220.
- Susanti, E., & Amelia, D. (2021). *Strategi Promosi Digital Sektor Pariwisata Menuju Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan* . 542(Ancosh 2020), 36–39.
- Tediantoro, M. R., & Husin, N. (2025). Pengembangan Jasa Open Trip Gunung yang Inklusif dan Ramah untuk Penderita Disabilitas: Penelitian Literatur dan Persepsi Peserta

- Open Trip. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 9(2), 86–93. <https://doi.org/10.55886/infokom.v9i2.357>
- Utami, N. R., & Sumbar, D. U. (2025). *Efektifitas Pembuatan Video Konten Digital di Media Sosial Untuk Promosi Peningkatan Branding Marketing Universitas Bina Darma*. 4(1), 55–61.
- Wahyuni, N. S., & Ulum, M. (2025). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(6), 6117–6124. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i6.8295>
- Waluyo, T. (2023). Digital marketing communication strategy in the post-pandemic of the Indonesian tourism. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 178. <https://doi.org/10.29210/020232226>
- Wiraseptya, T., & Diana, Y. (2025). *Optimalisasi Desain Komunikasi Visual dalam Pengembangan Desa Wisata Teluk Buo*. 9(2), 467–478.
- Yuliyanti, N. laily, & Tagor, R. A. (2022). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung*. 7(10).
- Yuniarsih, A., Marsono, D., Pudyatmoko, S., & Sadono, R. (2022). Zonasi Taman Nasional Gunung Ciremai Berdasarkan Sensitivitas Kawasan dan Aktivitas Masyarakat. *Jurnal Penelitian Hutan Dan Konservasi Alam*, 11, 239–259. <https://doi.org/10.20886/jphka.2014.11.3.239-259>
- Zaenal, A. Z., Kamase, J., & Serang, S. (2020). *Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth Sebagai Strategi Promosi Pariwisata*. 7(1), 63–77.
- Zakiani, A., Nasution, C. R., Venia, D. T., Priyandira, R., & Ginting, E. I. A. (2025). *Analisis Kinerja Strategi Komunikasi Digital Dalam Meningkatkan Engagement Audiens*. 5, 4469–4478.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON