

DAFTAR PUSTAKA

- Andrea, E., & Mansoor, A. Z. (2021). Model AISAS dalam Kampanye Anti Cyberbullying “No Bull” Karya Mara Panzar. *Jurnal Desain*, 8(3), 222. <https://doi.org/10.30998/jd.v8i3.8619>
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). PERANAN INFLUENCER DALAM MENGGOMUNIKASIKAN PESAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM [THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Aulia, N., Faradila, F., & Wahyunengsih, D. (2022). *THE EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM @FOLKATIVE SOCIAL MEDIA AS A MEANS OF INFORMATION FOR THE YOUNG GENERATION*.
- Daniyah Khansa, S., Putri, K. Y. S., & Kunci, K. (2021). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *JURNAL INTERACT*, 10(2). <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>
- Difdha, A., Sarasak, B. P., Savitri, L., & Utami, S. (2021). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop*.
- Dwi Anggraeni, F., & Hidayat, R. (2019). *Peran Paguyuban Duta Wisata “Sekargading” dalam Mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Batang*.
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Hasbi, A., Zainuddin, M., Politeknik, B., Makassar, P., Rinjani, J. G., Mandiri, K., & Bunga, T. (2019). ANALISIS PARTISIPASI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA

KABUPATEN BONE, SULAWESI SELATAN. *PUSAKA: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1(2), 15–27.

Hidayah, N., & Agung Esfandari, D. (2019). *PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @DUNIAKULINERBDG TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SEBAGAI PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KULINER*. 6(1), 1691. www.s3.amazonaws.com,

Intyaswati, D., Maryani, E., Sugiana, D., & Venus, A. (2021). Social Media as an Information Source of Political Learning in Online Education. *SAGE Open*, 11(2). <https://doi.org/10.1177/21582440211023181>

Iskandar, J., Najib, M., & Yusuf, A. M. (2020). ANALISIS PENGARUH MODEL AISAS (ATTENTION, INTEREST, SEARCH, ACTION & SHARE) TERHADAP TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH (STUDI KASUS FOLLOWERS INSTAGRAM PERBANKAN SYARIAH). *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5(2), 33–52. <https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.114>

Jiang, G., Liu, F., Liu, W., Liu, S., Chen, Y., & Xu, D. (2021). Effects of information quality on information adoption on social media review platforms: moderating role of perceived risk. *Data Science and Management*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2021.02.004>

Leong, C. M., Loi, A. M. W., & Woon, S. (2022). The influence of social media eWOM information on purchase intention. *Journal of Marketing Analytics*, 10(2), 145–157. <https://doi.org/10.1057/s41270-021-00132-9>

Liu, X., Mehraliyev, F., Liu, C., & Schuckert, M. (2020). The roles of social media in tourists' choices of travel components. *Tourist Studies*, 20(1), 27–48. <https://doi.org/10.1177/1468797619873107>

Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>

Marizki, A., Masril, M., & Pasaribu, I. (2022). Konsep Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Danau Toba Kabupaten Samosir Sumatera Utara.

JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study, 8(1), 42–50. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v8i1.5715>

Moka. (2022). Mojang Jajaka Kabupaten Garut. *Mojang Jajaka Kabupaten Garut*.

Nadilla Nurazizah. (2023). Mengenal Mojang Jajaka Sebagai Ikon Urang Sunda Jawa Barat. *Mengenal Mojang Jajaka Sebagai Ikon Urang Sunda Jawa Barat*. <https://infogarut.id/mengenal-mojang-jajaka-sebagai-ikon-urang-sunda-jawa-barat>

Nguru, K., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Gerry, R. (2022). *The Impact of Social Media and Lifestyle on the Interest of Visiting Followers in Malang Tourism Destination (Study on Instagram Account @amazingmalang)*.

Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., Rejeki, S., & Padjadjaran, U. (2020). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI PROGRAM PEMERINTAH (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)*. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir>

Nurdin, & Adiansha Apriandi Adi. (2021). *WhatsApp Social Media Use Patterns in Fulfillment of Mataram Open University Student Information*. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v4i4.102>

Nurhasna Ayutiani, D., & Primadani Satria Putri, B. (2018). *Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner*. 3(1), 39–59.

Perbawasari, S., Sjuhro, D. W., Setianti, Y., & Nugraha, A. R. (2020). *Jurnal ALTASIA Pengembangan Komunikasi Pariwisata Halal di Kabupaten Garut Jawa Barat (Vol. 2, Issue 2)*.

Priana Ayu, S. W. V. & R. A. N. (2022). *Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers*.

Prof. Dr. Sugiyono, & Dr. Puji Lestari, M. S. (2021). *Buku Metode Penelitian Komunikasi*.

- Putra, R. D., Sukaesih, S., Erwina, W., & Khoerunnisa, L. (2021). Penggunaan website Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 9(2), 219. <https://doi.org/10.24198/jkip.v9i2.25456>
- Putri Mey Sadilla Sinthya. (2022). *Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Dalam Mempromosikan Pariwisata Pangandaran Melalui Media Sosial Instagram @Moka_Pangandaran*.
- Safira, N. W., Zurani², I., & Riau, U. (2022). PENGARUH TERPAAN MEDIA INSTAGRAM @PEKANBARUKULINER TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Ilmu Komunikasi* |, 11(2), 77–85.
- Sagiyanto, A., Komunikasi, A., Sarana, B., Jakarta, I., & Ardiyanti, N. (2018). Self Disclosure melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak Journal of Communication*, 2(1), 81–94.
- Salsabil, Z., & Arfa, M. (2019). *EFEKTIVITAS WEBSITE FEMALE DAILY.COM DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI PENGGUNA*.
- Sitompul, P., Mahmudah, D., & Damanik, M. P. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ketenagakerjaan Di Kalangan Angkatan Kerja Muda Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 203. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4399>
- Situmeang, I. V. O. (2016). PENGARUH PROGRAM ACARA MATA NAJWA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (SURVEY MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS BUNDA MULIA, JAKARTA). In *Jakarta) Jurnal Komunikologi* (Vol. 13).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D)*.
- Sulistyo Nugroho Adi, H. W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Statistika*.
- Sutowo, I. R., Waluyo, L. S., Venus, A., Qudus, Z. A., & Sabarina, G. (2023). KOMUNIKASI PEMASARAN OBJEK WISATA SITU BOLANG,

INDRAMAYU. *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(1), 86–97. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.5361>

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common* |, 5. <https://doi.org/10.34010/common>

Tetep, T., Suherman, A., Mulyana, E., Widyanti, T., Pebriani, W., Susanti, Y., & Ilah, I. (2021). Potensi Pariwisata Garut Dalam Mewujudkan Ekonomi Kreatif. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(02), 141–146. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i02.219>

Utami Aprilia Rosi, A. D. R. S. F. D. (2023). *PENGARUH TOURIST EXPERIENCE DAN PUNGUTAN LIAR TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI KAWASAN CIPANAS GARUT*.

Wulandari, R. S., Harida, R., & Putra, K. (2022). Pelatihan Public Speaking dan Bahasa Inggris Duta Wisata Kabupaten Ponorogo. In *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 01, Issue 4). Juli. <https://edumediastolution.com/index.php/society>