

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W. (2023). *City Branding Melalui Media TikTok di Provinsi Jawa Timur*. ANDHARUPA: *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(02), 206-222.
- Anshari, M., & Hamdan, M. (2021). *Digital content quality and user engagement in social media marketing*. *Journal of Digital Marketing*, 5(1), 15–27.
- Bulele, Y. N. (2020). *Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus TikTok*. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).
- Cahyaningsih, Y. (2023). *Efektivitas Media Sosial TikTok Destinasi Wisata Alam Yogyakarta terhadap Minat Kunjung Wisatawan Remaja (Studi Akun TikTok@Dolan. Aja)*. *Jurnal Mozaik Komunikasi*, 4(1).
- Chen, R., Liu, X., & Zhang, J. (2021). *The effect of visual appeal and storytelling in short-video marketing on tourism intention*. *Journal of Travel Research*, 60(7), 1523–1539.
- Crompton, J. L. (1979). "Motivations for Pleasure Vacation." *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). *Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi industri kuliner di yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun TikTok javafoodie)*. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Edward, M. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). *Efektifitas Penggunaan Sosial Media TikTok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif Buying Behaviors*. MANDAR: *Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 112-120.
- Fodness, D. (1994). "Measuring Tourist Motivation." *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- Heryati, Y. (2019). *Potensi pengembangan obyek wisata pantai tapandullu di kabupaten mamuju*. GROWTH *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56-74.
- Hidayat, N. (2023). *TikTok dan perkembangan pemasaran digital di Indonesia: Analisis tren promosi wisata melalui media sosial*. Jakarta: Pustaka Media.
- Indriati, D., & Suprpto, A. (2020). *Pengalaman wisata digital melalui media sosial: Studi kasus promosi pariwisata di Indonesia*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(1), 45-59.
- Indriyani, A., & Suri, H. (2020). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 10(2), 134–142.
- Khan, M. A., & Khan, M. N. (2021). "Understanding TikTok: A New Era of Social Media." *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*, 9(1), 1-15.

- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). *Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja. Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133-141.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kusumawati, D. (2021). *Peran media sosial dalam promosi pariwisata di Indonesia: Studi kasus pada destinasi wisata Pantai Sunari, Selayar. Makassar: Universitas Hasanuddin*.
- Mannell, R. C., & Iso-Ahola, S. E. (1987). "Psychological Nature of Leisure and Tourism Experience." *Annals of Tourism Research*, 14(3), 314-331.
- Mulyani, S. (2022). *Peran media sosial TikTok dalam promosi pariwisata digital. Jurnal Komunikasi dan Media*, 14(1), 67-75.
- Oktaliani, H. (2024). *Pengaruh Media Sosial Instagram dan TikTok terhadap Minat Kunjungan Wisata di Chillax Sudirman*(Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Pearce, P. L. (1982). "The Social Psychology of Tourist Behavior." *Tourism Management*, 3(2), 1-10.
- Pramiyanti, A., Subandi, M., & Darmawan, A. (2014). *Psikologi komunikasi media sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Safitri, A., Arista, R., Darsiharjo, & Marhanah. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(2), 77-86.
- Sanjaya, L. B., Ratmaja, H. L., & Pattaray, A. (2024). *Pengaruh Konten Influencer Melalui Jejaring Sosial media facebook, Instagram Dan Tik-tok Dalam Pengambilan keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Kuta Mandalika. YUME: Journal of Management*, 7(1), 1067-1074.
- Sari, D., Yulianita, L., & Hidayat, R. (2019). *Motif dan kepuasan penggunaan media sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 45-60.
- Susianto, A., Rahmawati, S., & Wibowo, A. (2022). *Determinasi keputusan berkunjung wisatawan. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(3), 213-225.
- Wulandari, D., & Nugroho, Y. (2019). *Pengaruh media sosial terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(3), 179-189. <https://doi.org/10.25299/jik.2019.16.3.3881>
- Xu, H., & Pratt, S. (2018). *Social media influencers as endorsers to promote travel destinations: An application of self-congruence theory. International Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(3), 406-420.
- Yu, R., Zhang, X., & Liu, J. (2022). *Cultural elements in short video marketing: A TikTok case study. International Journal of Communication*, 16(1), 45-62.
- Zhang, Y., & Leung, L. (2021). "The Role of TikTok in the Social Media Landscape: A Study of User Engagement." *Journal of Social Media Studies*, 3(2), 45-60.

Zhang, Y., & Lin, C. A. (2021). Participatory communication on TikTok: Exploring the role of interactive video formats. Social Media + Society, 7(4), 1–12.