

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22(2).
<https://doi.org/10.30984/pp.v22i1.762>
- Andy Hannif. 9 Juni 2020. Upaya Pembangunan Pariwisata yang Berkelanjutan,
<https://eticon.co.id/konsep-pariwisata-berkelanjutan/>. Diakses pada 25 Oktober 2022.
- Arumsari, N., Septina, W. E., Luthfi, M., & Rizki, N. K. A. (2017). Komunikasi Politik Kepala Desa dalam Mendorong Inovasi Pembangunan Desa: Studi Kasus Tiga Desa di Lereng Gunung Ungaran, Jawa Tengah. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 2(1), 86.
<https://doi.org/10.15294/jpi.v2i1.8488>
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Abstrak Perkembangan teknologi , informasi dan komunikasi yang terus meningkat membuat jumlah pengguna Internet yang juga semakin tinggi diseluruh dunia setiap tahunnya , tak terkecuali Negara Indonesia . Selain Facebook , Twitter , Youtube , Path , Line. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2349–2358.
- Badan Pusat Statistik (BPS),
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/13/pengunjung-objek-wisata-jawa-tengah-terbanyak-se-indonesia-pada-2020>. diakses pada 25 oktober 2022
- Dan Nimmo. (2005). Komunikasi Politik komunikator, pesan, dan media. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Febriyanta, i. m. (2020, oktober selasa). *Serba-serbi Penggunaan Media Sosial di Instansi Pemerintah*. Retrieved from kemenkeu.go.id: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jakarta/baca-artikel/13455/Serba-serbi-Penggunaan-Media-Sosial-di-Instansi-Pemerintah.html>
- Giannindra, F. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI PARIWISATA KOTA BANDUNG (Utilization of Instagram Social Media as a Means of Bandung Tourism Promotion) Keindahan alam Kota Bandung Belanja online Jumlah. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 16(2), 26–31.
- Hardan., dkk. 2020. *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Idialis, A. R., & Putra, T. R. (2021). Keterkaitan Sosial dan Politik terhadap Efisiensi Pariwisata di ASEAN. *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 2(2), 285–310. diakses dari
<https://journal.trunojoyo.ac.id/bep/article/view/13880>
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2018). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 11–17.

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (n.d.). Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jakarta/baca-artikel/13455/Serba-serbi-Penggunaan-Media-Sosial-di-Instansi-Pemerintah.html>
- Pandiangan,A. 2022, *Pesan Politik Gubernur Ganjar Pranowo di instagram @ganjar_pranowo 2018-2021*, hal. 20
- Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012-2027. (2015). 1–56.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. (2021). 2–75.
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025. (2011). *lim*(2011), 1–25.
- Prasiasa, D. P. O. (2022). Pengembangan Daerah Wisata dalam Bingkai Politik Pariwisata. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 3(1), 55–68. <https://doi.org/10.22373/jsai.v3i1.1658>
- Prathama, A., Nuraini, R. ., & Firdausi, Y. (2020). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Dalam Prespektif Lingkungan (Studi kasus Wisata Alam Waduk Gondang Di Kabupaten Lamongan). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik (JSEP)*, 1(3), 29–38. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738315000444>
- Rustandi, D. (2013). PENCITRAAN POLITIK DARING: STRATEGI. *ILMU KOMUNIKASI*, 33.
- Setiadi, A. (2018). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *ilmu komunikasi*, 1-7.
- Siradjuddin, H. K. (2018). Sistem Informasi Pariwisata Sebagai Media Promosi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Tidore Kepulauan. *IJIS - Indonesian Journal On Information System*, 3(2), 46–55. <https://doi.org/10.36549/ijis.v3i2.43>
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>
- Susanto, D. E. (2009). *KOMUNIKASI POLITIK DAN OTONOMI DAERAH*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2019. *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Bandung: ALFABETA.
- Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 197. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.2714>
- Umami, Z. (2015). Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 195–201. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/9763>
- Utari, M., & Rumenyeni, R. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *JOM FISIP*, 4(2), 1–22.

Wahid, Umaimah., 2020. *KOMUNIKASI POLITIK TEORI, KONSEP, DAN APLIKASI PADA MEDIA BARU*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wihayati, F. N. (2016). PERANAN MEDIA PROMOSI MELALUI WEBSITE YANG DILAKUKAN DINAS. *Program Studi Ilmu Komunisi*, 1-14.

Yovita Bilqis Saba Taqwa, D. N. (2018). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM GANJAR PRANOWO DALAM. *Departemen Politik dan Pemerintahan*, 1-24.

