

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Astrid S. Susanto. (1975). *Pendapat Umum*. Bandung : Bina Cipta.

Cutlip, Scott M.,dkk. 2006. *Effective Public Relations edisi kesembilan*, Jakarta : Prenada
Media Group

Everest, M. Roger. 1986. *Cummunication Technology*. New York : The Free Press.

Hamid, Farid. 2013. *New Media dan Arus Demokrasi*. Jakarta: Fakultas Ilmu komunikasi
Mercuri Buana Jakarta

Helena Oliiii dan Novi Erlita. (2011). *Opini Publik*. Jakarta : PT Index.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Moleong, lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rodaskarya.

Olii, Helena. (2007). *Opini Publik*. Jakarta : PT Index.

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan melalui Social Media*. Jakarta : PT.Elek
Media Komputindo.

Ruslan, Rosady. 1998. *MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA KOMUNIKASI*.
Jakarta. PT Rajagrafindo persada.

Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja
Grafindo Persada.

Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. ALFABETA.

Sunarjo, S Djaenaesih. 1984. *Opini Publik*. Yogyakarta. LIBERTY.

Jurnal

Anastasia Siti Nurhayati, 2016. *Peran Media Jejaring Sosial dalam Pembelajaran Abad 21.*

Universitas Terbuka : Yogyakarta.

Angesti Sari Kondang Kaloka, Ika Barokah Suryaningsih, Ketut Indraningrat. 2016.

Pengaruh Viral Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen pada Instagram @makananjember. Universitas Jember : Jember.

Difa Nurhasna Ayutiani dan Berlian Primadani Satria Putri. 2018 Vol 3. *Penggunaan Akun*

Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. Universitas Telkom : Bandung.

Eri Besra. 2012. *Potensi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang.*

Universitas Padang : Padang.

Ha Suryani. 2004. *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi*

Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Sosial Media Marketing pada Twitter Kemenparwkraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat.

JR Situmorang, 2012. *Pemanfaatan Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan*

Sosial Budaya. Universitas Katolik Parayangan : Bandung.

Marlina Kunia, Rochyati Murni Ningsih, Agung Dhany Prasetyo. 2015. *Pengaruh Word of*

Mouth Communication terhadap Keputusan Konsumen Umum di Area Wisata Kuliner Badan Kota Magelang . Universitas Tidar : Magelang.

Ni Made Sri Rukmiyati dan Ni made Suastini. 2016. *Dampak Media Sosial terhadap*

Perilaku Wisatawan. Universitas Tarumanegara : Jakarta.

Puspa Ratnaningrum Suwarduki, Edy Yulianto, M. Kholid Mawardi. 2016. *Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif akun Instagram @indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi di Indonesia)*. Universitas Brawijaya : Malang.

Yeni Imaniar Hamzah, 2005. *Potensi Media Sosial sebagai Sarana Promosi Interaktif bagi Pariwisata Indonesia*. Kemenpar : Jakarta.

Website

http://www.kompasiana.com/vanessams/perkembangan-teknologi-di-indonesia_55547634b67e615e14ba545b, diakses pada 31 juli 2017 pada pukul 11.00

<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>., diakses pada 31 juli 2017 pada pukul 19.02)

<http://tekno.kompas.com/read/2016/12/16/09060027/pengguna.instagram.tembus.600.juta>
[diakses pada 16/5/2017 pukul 21.09](#)

Skripsi

Diti Prihanani. 2015. Respon Pengguna Instagram sebagai Referensi Wisata. Yogyakarta. Universitas Uin Sunan Kalijaga.

Abu Huraerah. 2016. Perilaku Komunikasi Followers Akun Instagram @explorejogja dalam mempromosikan pariwisata wisata Yogyakarta.

Willian Kusumo Wibowo. 2015. Opini Mahasiswa Komakom Fisipol UMY tentang Pemberitaan Melemahnya Nilai Tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika (Studi deskriptif Opini Mahasiswa Komakom Fisipol UMY tentang Pemberitaan Melemahnya Nil)