

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Rianto, B. (2025). Iklan Produk Makanan Sebagai Media Promosi Pada Waroeng Seblak Garchu Menggunakan Metode Villamil Molina. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Indonesia*, 4(1), 20–28.
- Afifi, S., & Saraswati, H. D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Masa Pandemi COVID-19. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 6(2), 33–45.
- Alamäki, A., Rhee, C., & Suomala, J. (2023). Creating Effective Visuals For Destination Marketing Videos: Scenery VS People. *Journal of Vacation Marketing*.
- APJII. (2023). *Laporan Survei Internet APJII 2023: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryanto, H., & Masluchi, M. I. (2020). Perancangan Komik Bisu Kota Surabaya sebagai Media Promosi Wisata dengan Pendekatan Sinematik dan Storytelling Visual. *Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, Universitas Negeri Surabaya.
- Aymani, M. R. (2023). Analisis Produksi Konten Dakwah di Instagram Reels Masjidsejutapemuda di Sukabumi [PDF]. *UIN Jakarta Repository*.
- Azizah, E. R. N., & Islam, M. A. (2024). Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Nirwana Batik Di Desa Wisata Bejijong Kabupaten Mojokerto. *Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, Universitas Negeri Surabaya.
- Cahyani, I. P. (2024). Analisis strategi konten marketing media sosial Instagram @agusjuliand dan @gembulfoodie dalam menyebarkan informasi wisata kuliner di Yogyakarta. *Universitas Islam Indonesia*.
- Candraningrum, D. A. (2021). Pengelolaan Media sebagai Sarana Promosi Usaha Warung Bakso Mahkota. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 101–109
- Chung, D. T. (2025). How User-generated Content On Social Media Platform Can Shape Consumers' Purchase Behavior? *Cogent Business & Management*, 12(1), Article 2471528.

- 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 Perhotelan*, 12(2), 86–96.
- DINKOPUMDAG Surabaya. (2023). Laporan Kinerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, serta Perdagangan Kota Surabaya. Surabaya: DINKOPUMDAG.
- Dewi, I. M., & Malik, A. J. (2023). Pengaruh Promosi di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Makeup Artist. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 239-252.
- Effendy, R., Wulandari, P. A., & Setiyaningsih, L. A. (2021). Promosi makanan tradisional lewat media sosial YouTube sebagai budaya tandingan (studi food vlogger Nex Carlos). *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Harnika, N. N., & Sutama, I. W. (2023). Mempromosikan Wisata Kuliner di Kota Mataram Melalui Media Sosial: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Komunikasi & Pariwisata*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kitchen, P. J., & Burgmann, I. (2015). Integrated marketing communication: Making it work at a strategic level. *Journal of Business Strategy*, 36(4), 34–39.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management (16th ed.). *Pearson Education*
- Kurniasari, K. K., & Widanti, E. M. (2024). Literatur Review: Pengaruh Media Sosial Terhadap Industri Pariwisata dari Perspektif Destinasi dan Wisatawan. *Indonesian Journal of Tourism Research*.
- Kusuma, F. N., & Fadillah, R. (2022). Efektivitas Fitur Instagram Reels Sebagai Strategi Branding UMKM di Era Digital. *Jurnal Komunika*, 13(1), 45–58.
- Marwiyati, M., Sunarsa, S., & Karna, K. (2024). Pelatihan dan Produksi Konten Audiovisual untuk Mempromosikan Potensi Wisata di Desa Hargowilis, Kulonprogo. *Jurnal Pengabdian Seni*, 5(2), 100–110.

- Nabila, A. S., & Nawangsari, E. R. (2022). Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam pemberdayaan pedagang kaki lima Sentra Wisata Kuliner Wiyung Kota Surabaya. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1), 135-144.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Destinasi Wisata Kuliner di Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata*
- Novianti, L. D., & Asteria, P. V. (2025). Pengembangan Modul Pembelajaran Digital Tema Wisata Surabaya Bermuatan Plurikultural Bagi Pembelajar BIPA Level 1. *BAPALA*.
- Nurhadi, I. S. (2022). *Produksi Video Promosi di PT. Alam Nusantara Mamminasata*. Universitas Fajar.
- Nurhayati, N., & Islam, M. A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya. *Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, Universitas Negeri Surabaya.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing : How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill Education.
- Putra, I. G. J. E. (2024). Pengembangan Brand Blueprint Dimsum GM dengan Metode Branding Journey. *ZONasi: Jurnal Sistem Informasi*, 8(1), 101–111.
- Putralisindra, D. (2023). Upaya Diplomasi Kerjasama Kebudayaan untuk Meningkatkan Sektor Pariwisata. *Kronik: Journal of History Education and Humanities*
- Putri, H. S. L. (2024). Perancangan E-Marketing Media untuk Food Box di Kedungturi Sidoarjo. *BARIK – Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, Universitas Negeri Surabaya.
- Rai, S. K., & Singh, M. K. (2023). Cross Media Photography Based on Visual Communication Design.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 3(2), 98–110.

- Rustam, D., Putri, W., & Islamiah, N. (2025). *Peran Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal dan UMKM di Nusa Tenggara Barat*. *Journal of Economics Development Research*, 3(1).
- Safitri, N., & Rosyid, R. (2022). Optimisme Saat Pandemi: Strategi Storytelling Pada Video Promosi Destinasi Pariwisata Super Prioritas. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(2).
- Saputri, N. A. (2023). Pelatihan Pembuatan Video Sebagai Media Promosi Dusun Wisata Berbasis Kuliner dan Kerajinan Lokal. *Bakti Budaya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 55–64.
- Satria, D. B. (2023). *Proses Produksi Video Produk untuk Instagram @Usaha_Pangan_Mdra pada UMKM D'telo Yogyakarta*. STIKOM Yogyakarta.
- Selayanti, N., Putri, S. A., & Fahrudin, T. M. (2024). Analisis Segmentasi Sentra Wisata Kuliner untuk Optimalisasi Omzet UMKM di Surabaya Menggunakan Metode Agglomerative Hierarchical Clustering: Data Mining. *JoMMiT: Jurnal Multi Media dan IT*, 8(2), 113-122.
- Shabila, G. I., Saifudin, M. F. P., & Khairunnisa, N. (2024). Analisis Skema Promosi Pariwisata Melalui TikTok. *Jurnal Manner BTP*.
- Sihombing, B., & Simbolon, B. R. (2025). *Digital Tourism Ambassador: Workshop Kreatif Konten Promosi Wisata Medan Sekitarnya untuk Generasi Z*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Akpar Darma Agung*, 3(1), 12–21.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunarya, A. H., & Alamanda, D. T. (2025). *Pengaruh persepsi risiko dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Sawah Lega Hegar Resor Garut*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 15(1).
- Taye, B., Akintokunbo, O., & Olusola, O. (2021). Integrated marketing Communication and customers' loyalty of Guaranty Trust Bank customers

- in Ibadan Metropolis, Nigeria. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 5(11), 69–77.
- Walpole, R. E., Myers, R. H., Myers, S. L., & Ye, K. (2012). Probability and Statistics for Engineers and Scientists (9th ed.). *Pearson*.
- Windutama, I. W., & Budasari, P. P. (2025). Pengembangan industri kuliner Bali di Pasar Malam Sayan Ubud untuk wisatawan mancanegara. *Jurnal Lesung Elu*, 1(1).