

**PENGEMBANGAN KONTEN PROMOSI DIGITAL MELALUI  
INSTAGRAM UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG  
PADA OBJEK WISATA CANDI BUMI AYU**

**KABUPATEN PALI**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Nurwahyuni**

**NIM: 06151181924052**

**Program Studi Pendidikan Masyarakat**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2025**

**PENGEMBANGN KONTEN PROMOSI DIGITAL MELALUI INSTAGRAM  
UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA CANDI  
BUMI AYU KABUPATEN PALI**

**SKRIPSI**

**Nurwahyuni**

**NIM: 061511981924052**

**Program Studi Pendidikan Masyarakat**

**Telah diujikan lulus pada :**

**Hari: Jumat**

**Tanggal 25 Oktober 2024**

**PENGUJI**

**1. Mega Nurrializalia, M.Pd**



**2. Dian Sri Andriani, S.Pd., M.Sc**



**Koordinator Program Studi,**



**Rani Mega Putri, M.Pd., Kons**

**NIP. 198808182015042001**

**PENGEMBANGAN KONTEN PROMOSI DIGITAL MELALUI MEDIA  
INSTAGRAM UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG PADA OBJEK  
WISATA CANDI BUMI AYU KABUPATEN PALI**

**SKRIPSI**

**Nurwahyuni**

**Nim: 06151181924052**

**Program Studi Pendidikan Masyarakat**

Mengesahkan ;

**Koordinator Program Studi,**



**Rani Mega Putri, M.Pd., Kons**

**NIP. 198808182015042001**

**Pembimbing,**



**Mega Nurrializalia, M.Pd**

**NIP. 199103272019032021**



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurwahyuni

NIM : 06151181924052

Program Studi : Pendidikan Masyarakat

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **“Pengembangan Konten Promosi Digital Melalui Media Instagram Untuk Menarik Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali”** ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangann Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 25 Oktobe2024

  
METERAI  
TEMPEL  
F1AABAMX087770274  
Nurwahyuni  
NIM. 06151181924052

## PRAKATA

Skripsi dengan judul "Pengembangan Konten Promosi Digital Melalui Instagram Untuk Menarik Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali" disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Masyarakat, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya. Dalam mewujudkan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak.

Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Mega Nurrizalia, M.Pd, sebagai pembimbing atas segala bimbingan yang telah diberikan dalam penelitian skripsi ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Hartono, M.A., selaku Dekan FKIP Unsri, Ibu Prof. Dr. Sri Sumarni, M.Pd selaku Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan, Ibu Rani Mega Putri, M.Pd., Kons selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Masyarakat yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga dirtunjukkan kepada Ibu Dian Sri Andriani, S.Pd., M.Sc selaku dosen penguji yang telah memberikan sejumlah saran perbaikan skripsi ini. Lebih lanjut penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua, keluarga, dan sahabat yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama penulis mengikuti pendidikan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembelajaran bidang studi Pendidikan Masyarakat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni.

Palembang, 25 Oktober 2024

Penulis,



Nurwahyuni

NIM. 06151181924052

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliah menuju zaman terang benderang seperti saat ini.

Pada kesempatan ini, secara khusus penulis dengan setulus hati mengucapkan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas do'a, bimbingan, dukungan, serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan Strata Satu (S1) ini, terutama kepada :

1. Terima kasih kepada Bapak Dr.Hartono, M.A selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Sumarni, M. Pd selaku Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Rani Mega Putri, M.Pd., Kons selaku koordinator Program Studi Pendidikan Masyarakat Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Mega Nurrizalia, M.Pd selaku dosen pembimbing akademik serta sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pembimbing terbaik.
5. Ibu Dian Sri Andriani, S.Pd., M.Sc selaku penguji skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran untuk perbaikan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas arahan, masukan, serta bimbingan yang telah diberikan.
6. Bapak/Ibu dosen Program Studi Pendidikan Masyarakat Ibu Dra. Evy Ratna Kartika Waty,M.Pd., Ph.D., Ibu Dr. Azizah Husin, M.Pd., Bapak Shomedran, M.Pd., Ibu Dian Sri Andriani, S.Pd., M.Sc., Ibu Mega Nurrizalia, M. Pd., Ibu Yanti Karmila Nengsih, M.Pd., Bapak Ardi Saputra, S.Pd., M.Sc. terimakasih atas ilmu, pengalaman serta kesabaran yang bapak/ibu berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun serta menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan Strata Satu (S1) ini.
7. Ibu Yuhyi Purnamasari, S.Pd dan Ibu Sri Utami Dewi selaku admin Prodi Pendidikan Masyarakat yang telah membantu dalam kelengkapan administrasi selama perkuliahan dan selama proses penulisan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada diri sendiri karena bertahan dan telah sampai pada tahap ini, terima kasih sudah menjadi pribadi yang kuat, dan tidak menyerah.

Terima kasih Nurwahyuni sukses dunia akhirat.

9. Kedua orang tua, Ayah ku Almarhum Sabtu Bahtam dan Ibu ku Pasdiana dan Kakak ku yang selalu mendukung, memotivasi dan memberikan semangat. Terima kasih atas do'a dan dukungan yang diberikan. Terima kasih telah menjadi orang tua terbaik.

10. Kepada Pengelola dan seluruh pelaku wisata Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali, terimakasih telah memberikan izin dalam melakukan penelitian di lingkup tersebut.

11. Teman-teman seperjuangan selama kuliah Echi Ningsi Hidayati Arifin, Kintan Nopitamika Putri, Amirah Kharunnisya, dan Dwi Puspitasari terimakasih sudah kebersamaan dari awal pendidikan. Terimakasih telah berbagi suka dan duka, serta dukungan yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

12. Terima kasih kepada semua pihak yang telah berjasa, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, atas perhatian dan masukan penulis ucapkan terimakasih.

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>7</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>9</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>10</b>
<b>ASBSTRAK</b> .....	<b>11</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>13</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	13
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSATAKA</b> .....	<b>17</b>
2.1 Konten Promosi .....	17
2.1.1 Pengertian Promosi .....	17
2.1.2 Promosi Digital .....	18
2.2 Pengertian Media Promosi .....	21
2.3 Promosi Pengembangan Wisata .....	22
2.4 Media Sosial Instagram .....	23
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Subjek Penelitian .....	32
3.3 Prosedur Pengembangan .....	34
3.4 Lokasi Penelitian .....	38
3.5 Fokus Penelitian .....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7 Instrumen Penelitian .....	39
3.8 Teknik Analisis Data .....	41



<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Deskripsi Data.....	45
4.2 Hasil Penelitian .....	46
4.3 Pembahasan .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>66</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Kisi-kisi Validasi Untuk Ahli Materi .....	37
Tabel 3.2 Kisi-kisi Validasi Untuk Ahli Media.....	38
Tabel 3.3. Kisi-kisi Uji Coba Produk Untuk Kelompok Kecil.....	38
Tabel 3.4 Alternative Skor .....	40
Tabel 3.5 Kriteria Interpretasi Skor.....	40
Tabel 3.6 Skala Likert .....	41
Tabel 4.7 Rata-rata Validasi Ahli .....	55
Tabel 4.8 Revisi Produk Pasca Validasi.....	55
Tabel 4.9 Uji Coba One To One.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tahapan Pengembangan Model ADDIE .....	31
Gambar 3.2 Design Konten Instagram Candi.....	33
Gambar 4.3 Pengetahuan dan Kunjungan Responden Candi.....	44
Gambar 4.4 Kebebrminatan Masyarakat Terhadap Candi .....	45
Gambar 4.5 Peluang Media Promosi Media Instagram.....	46
Gambar 4.6 Pengetahuan Media Promosi .....	47
Gambar 4.7 Prototype Desain Menu Profil Instagram .....	49
Gamabr 4.8 Tampilan Pada Profil Instagram .....	52
Gambar 4.9 Validasi Ahli Materi .....	53
Gambar 4.10 Validasi Ahli Media.....	54
Gambar 4.11 Hasil Uji Coba Small Group.....	57

## ASBSTRAK

Penelitian pengembangan ini bertujuan untuk menghasilkan media promosi berbasis instagram pada pariwisata Candi Bumi Ayu di Kabupaten Pali. Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dengan menggunakan model ADDIE yang dibatasi menjadi empat tahapan, yaitu *analysis, design, development, dan implementation*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, wawancara dan observasi. Kelayakan atau kevalidan media dinilai oleh tim ahli, yaitu ahli materi dan ahli media. Analisis data dilakukan dengan menggunakan skala likert. Pengimplementasian media promosi berbasis instagram dilakukan dengan dua tahap, yaitu uji coba *one to one* dan uji coba *small group* untuk menilai kemenarikan media instagram wisata Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali. Hasil dari penelitian media promosi berbasis instagram memiliki tingkat kelayakan pada aspek materi memperoleh persentase 100%. Selanjutnya, dari aspek kelayakan memperoleh persentase 97%. Maka media promosi berbasis instagram memiliki tingkat kelayakan 94%. Kemudian diperoleh persentase kemenarikan pada tahap implementasi *one to one* sebesar 95,83% dan uji coba *small group* sebesar 92,5%. Hal ini membuktikan bahwa media promosi berbasis instagram pada pariwisata Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali terkategori sangat layak dan menarik. Oleh karena itu, akun instagram @official\_candibumiayu dapat digunakan sebagai media promosi pariwisata.

**Kata kunci:** Pariwisata, Media Promosi Digital, Instagram, Candi Bumi Ayu

## ABSTRACT

This development research aims to produce Instagram-based promotional media on Bumi Ayu Temple tourism in Pali Regency. This research is a development research using the ADDIE model which is limited to four stages, namely analysis, design, development, and implementation. The data collection techniques used in this research are questionnaires, interviews and observations. The feasibility or validity of the media was assessed by a team of experts, namely material experts and media experts. Data analysis was carried out using a Likert scale. The implementation of Instagram-based promotional media was carried out in two stages, namely one to one trials and small group trials to assess the attractiveness of Instagram media for Bumi Ayu Temple tourism in Pali Regency. The results of the Instagram-based promotional media research have a level of feasibility in the material aspect obtaining a percentage of 100%. Furthermore, the feasibility aspect obtained a percentage of 97%. Then instagram-based promotional media has a feasibility level of 94%. Then the percentage of attractiveness at the one to one implementation stage was 95.83% and the small group trial was 92.5%. This proves that Instagram-based promotional media on tourism Bumi Ayu Temple Pali Regency is categorized as very feasible and attractive. Therefore, the @official\_candibumiayu Instagram account can be used as a tourism promotion media.

**Keywords:** Tourist, Digital Promotional Media, Instagram, Candi Bumi Ayu

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai suku, ras, budaya, agama dan juga kaya akan keindahan alam. Sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata menjadi salah satu sumber devisa negara. Jika dilihat pada zaman sekarang strategi promosi digital melalui media sangat berpengaruh dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung agar tertarik mengunjungi objek wisata tersebut. Dengan harapan bahwa pariwisata menjadi salah satu industri yang dapat membantu dalam perekonomian bangsa dan masyarakat lokal.

Hasil dari penelitian Muhammad (2021) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi, citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung yang di mediasi oleh citra destinasi.

Sumatera Selatan juga termasuk salah satu provinsi yang memiliki banyak potensi wisata. Sebagaimana provinsi ini memiliki potensi wisata yang bervariasi, seperti wisata budaya, wisata alam, wisata religi, wisata kuliner serta wisata industri. Penukal Abab Lematang Ilir (Pali) merupakan salah satu kabupaten yang ada di provinsi Sumatera Selatan. Ibukotanya adalah Pendopo Talang Ubi.

Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir merupakan hasil pemekaran dari kabupaten Muara Enim yang disahkan pada tanggal 11 Januari 2013 melalui UU No. 7 Tahun 2013. Potensi wisata di Kabupaten Pali terbagi menjadi beberapa kategori, seperti potensi wisata budaya, potensi wisata kuliner, potensi wisata alam, dan potensi wisata industri.

Pengelolaan destinasi wisata yang baik diperlukan untuk dapat menginformasikan potensi wisata di kabupaten tersebut agar menarik minat pengunjung. Hal ini bukan hanya menjadi peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pali, tetapi juga merupakan tugas dan tanggung jawab

seluruh masyarakat, terutama kalangan generasi muda.

Salah satu pariwisata yang diprioritaskan dan terus dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Pali Provinsi Sumatera Selatan saat ini adalah wisata bersejarah yang merupakan warisan budaya, yaitu Candi Bumi Ayu yang terletak pada desa Bumi Kecamatan Tanah Abang Kabupaten Pali. Candi Bumi Ayu adalah satu-satunya objek wisata warisan budaya yang berbentuk Candi sebagai pusat perkembangan Kerajaan Sriwijaya, Candi Bumi Ayu yang berdiri pada area seluas 76 hektar. Candi ini diperkirakan dibangun dalam 819 Saka atau 897 Masehi dan merupakan candi Hindu terbesar pada luar Pulau Jawa.

Daya tarik Candi Bumi Ayu yang luas dan dipenuhi pepohonan selain itu juga terdapat museum yang berisikan peninggalan bersejarah dan terdapat gedung pentas seni yang biasa digunakan untuk berbagai kegiatan, lokasi inovasi kompleks Candi ini berada pada pesisir Sungai Lematang, Muara Enim. Masyarakat berpendapat bahwa lokasi Candi Bumi Ayu merupakan bekas istana sebuah kerajaan Gedebong Undang (Kemdikbud, 2018). Berdasarkan studi pendahuluan, wawancara singkat dengan pengelola RN (2023) menyatakan bahwa jumlah pengunjung selama tiga tahun terakhir kunjungan berjumlah setiap bulannya sekitar 300-500 pengunjung/ wisatawan keberadaan Candi Bumi Ayu masih banyak belum diketahui oleh wisatawan dari luar daerah oleh karena itu, diperlukan strategi promosi digital melalui media seperti instagram agar jangkauannya lebih luas.

Menurut penelitian Rukmiyati & Suastini (2016), media sosial banyak digunakan untuk mencari dan mengetahui berbagai jenis informasi tentang pariwisata. Pengguna media sosial juga dapat membagikan pengetahuan dan pengalamannya dapat setelah melakukan perjalanan wisata. Melalui jejaring sosial Instagram membantu memberikan akses informasi dan komunikasi kepada khalayak umum. Maka peneliti memilih media instagram sebagai media promosi karena selain untuk bertukar informasi layanan yang ditawarkan pada Instagram memiliki potensi untuk mendukung dan mempromosikan berbagai industri, termasuk salah satunya industry pariwisata dengan arus informasi yang mudah di dapat dan aksesnya yang cepat tanpa terbatas ruang dan waktu. Akun instagram Candi Bumi Ayu telah dibuat pada tahun 2017 dengan jumlah followers 254 tetapi postingan terakhir

kali pada tahun 2021 dengan jumlah like sekitar 20. Pada postingan tersebut, terdapat beberapa bagian dari candi serta foto-foto pengunjung.

Berdasarkan hasil observasi penelusuran akun instagram Candi Bumi Ayu bahwa saat ini *@candibumiayuexplore* bukan akun resmi dari pengelola dan hanya mengunggah beberapa foto/ gambar, bahkan kurang *update* dan kreatif dalam strategi promosi sehingga kurang memberikan daya tarik bagi yang melihat. Pemilihan objek foto dalam postingan kurang menarik, padahal banyak bagian dari Candi Bumi Ayu yang Instagramable, bahkan dapat disimpulkan bahwa akun yang ada tersebut sudah tidak aktif lagi karena tidak pernah memposting apapun yang berkaitan dengan Candi. Untuk itu, pemilihan akun instagram seharusnya dapat lebih kreatif dalam menyajikan konten agar dapat menarik minat *followers*.

Selama ini strategi promosi yang digunakan Candi Bumi Ayu hanya dilakukan melalui mulut ke mulut dari orang yang sudah berkunjung ke lokasi objek wisata Candi Bumi Ayu. Melalui studi pendahuluan dengan wawancara kepada pengelola objek wisata Candi Bumi Ayu, media promosi online yang pernah digunakan melalui media instagram. Menurut hasil penelitian Ruka'iyah (2021), bahwa bentuk promosi wisata yang digunakan pada akun *@bppdntb* adalah dengan menggunakan beberapa fitur yang ada di Instagram meliputi: Judul Foto atau *Caption*, *Hastag*, *Komentar*, *Mention*, *Geotag* sangat berperan dalam meningkatkan minat pengunjung wisata untuk berkunjung ke Lombok *@bppdntb*.

Maka diperlukan pengembangan konten promosi agar lebih banyak yang tertarik dan sasaran promosi wisata lebih luas. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengembangan Konten Promosi Digital Melalui Instagram Untuk Menarik Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dipilih dalam penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan konten promosi digital melalui instagram sehingga dapat menarik minat pengunjung pada objek wisata Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali?



### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk menciptakan pengembangan konten promosi digital melalui instagram untuk menarik minat pengunjung pada objek wisata candi bumi ayu Kabupaten Pali, agar dapat menciptakan media promosi yang kekinian sehingga banyak yang tertarik untuk berkunjung ke Objek Wisata Candi Bumi Ayu.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis ataupun praktis terhadap Wisata Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali.

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa pendidikan masyarakat dalam penelitian dan pengembangan yang berhubungan dengan promosi atau pemasaran selanjutnya.

#### **b. Manfaat Praktis**

- 1) Pengelola objek wisata, yaitu dengan hasil penelitian pengembangan konten promosi digital melalui instagram diharapkan dapat memberikan pembaharuan bagi pengelola objek wisata dalam pengelolaan sehingga promosi yang dilakukan lebih efektif dan menarik.
- 2) Bagi peneliti, yaitu dengan ini dapat memberikan kesempatan bagi peneliti dalam mengimplementasikan teori yang dipelajari dari bangku perkuliahan dan peneliti dapat berkontribusi dalam pengembangan promosi objek wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilya, Trias, 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *Ejournal Ilmu Komunikasi*. Vol 5 (1).
- Atmoko, B. D., 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Asmaradewi, Y. (2019). *Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro*. Semarang: Universitas Semarang
- Ellea, A.W. (2019). *Mengembangkan Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Instagram di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Semarang
- George, Belch dan Michael. 2018 *Adversiting and Promotion*, New York.
- Hendrawan, E., Banindro, B,S., & Yulianto, Y. H. (2022). Perancangan Media Interaktif Escape Room Sebagai Media Promosi Pandora Experience di Surabaya. *Nirmana*, 20(2), 86-94. <https://doi.org/10.9744/nirmana.20.2.86-94>
- Hutepea, K.P. (2019). *Manfaat Pariwisata Ditinjau Dari Sosiologi Hukum*. Jurnal Justiq. 1(1)
- Indika, D. R. & Jovita, C., 2017. Jurnal Bisnis Terapan 251SSN 2580-4928 Volume 01, Nomor 01, Juni 2017 Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01).

- Mawarni, Rima dkk. 2021. *Implementasi Metode AHP Dalam Menentukan Media Promosi STMIK DCC Kotabumi*. Jurnal Informatika Software dan Network. 2(1). 42-52.
- Muhammad, R. Y. S. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Dengan Variable Citra Destinasi Sebagai Pemediasi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rayanto, Y. H dan Sugianti. (2020). *Penelitian Pengembangan Model ADDIE dan R2D2: Teori dan Praktek*. Pasuruan: Lembaga Academic dan Research Institute
- Ruka'iyah. (2021). *Promosi Wisata Berbasis Media Sosial*. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram
- Suryadana, Liga dan Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Yulianti. (2019). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Bandar Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbjambi/kawasan-candi-bumiayu-2/>