

Pengaruh Konten Instagram @visit.tangsel Terhadap Promosi Pariwisata Kota Tangerang Selatan

Muhammad Febrian Saputra¹, Andree Raymond²

¹²Fakultas Ilmu Komunikasi, Stikom Interstudi

ARTICLE INFO

Article history:

Received December 11, 2023

Revised December 20, 2023

Accepted December 30 2023

Available online January 8, 2024

Keywords:

Social media, Instagram, @visit.tangsel,
local tourism, Tangerang Selatan



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Yayasan
Daarul Huda

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor penting bagi negara Indonesia, pariwisata memiliki peran penting bagi negara sebagai pemasukan devisa yang cukup besar. Kawasan perkotaan seperti jabodetabek tidak hanya memiliki bangunan – bangunan bertingkat saja, namun juga memiliki destinasi pariwisata yang menarik. Tidak hanya jabodetabek, kota Tangerang Selatan juga memiliki banyak keindahan alam yang tidak kalah menarik. Instagram digunakan sebagai media yang sangat tepat untuk mempromosikan tempat-tempat menarik yang banyak orang belum ketahui dengan jangkauan yang sangat luas, salah satunya adalah visit.tangsel yang merupakan akun instagram yang mempromosikan destinasi, kuliner, akomodasi, kultur dan tempat – tempat menarik seputar kota tangerang selatan. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat apakah ada pengaruh dan seberapa signifikan pengaruh yang diberikan akun instagram @visit.tangsel dalam mempromosikan pariwisata kota tangerang selatan. Berlandaskan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan metode pendistribusian kuesioner kepada pengikut akun instagram @visit.tangsel sebanyak 100 responden, 90 responden didapatkan dengan Teknik *probability*

sampling yaitu *simple random sampling* dan 10 responden didapat dari *convenience sampling* metode analisis data uji validitas, uji reliabilitas dan uji regresi linier sederhana, data yang sudah terkumpul dioleh dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25. Dengan hasil dari perolehan regresi linier sederhana $Y = 15.880 + 0.439X$ dengan nilai signifikansi 0.000 berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan. Penelitian ini menunjukkan bahwa akun instagram @visit.tangsel berpengaruh positif terhadap promosi pariwisata kota Tangerang Selatan.

ABSTRACT

Tourism is an important sector for Indonesia, tourism has an important role for the country as a fairly large foreign exchange income. Urban areas such as Jabodetabek not only have multi-storey buildings, but also have attractive tourism destinations. Not only Jabodetabek, the city of South Tangerang also has a lot of natural beauty that is no less interesting. Instagram is used as a very appropriate media to promote interesting places that many people don't know about with a very wide reach, one of which is visit.tangsel which is an Instagram account that promotes destinations, culinary delights, accommodation, culture and interesting places around the city South Tangerang. The purpose of this research is to see whether there is an influence and how significant the influence is given by the Instagram account @visit.tangsel in promoting tourism in the city of South Tangerang. Based on this, researchers are interested in conducting research. This research uses quantitative research methods and uses a method of distributing questionnaires to followers of the Instagram account @visit.tangsel as many as 100 respondents, 90 respondents were obtained using probability sampling techniques, namely simple random sampling and 10 respondents were obtained from convenience sampling, data analysis methods, validity tests, reliability tests and simple linear regression test, the data that has been collected is obtained using the SPSS 25 application. With the results of simple linear regression $Y = 15.880 + 0.439X$ with a significance value of 0.000 based on the results of the research that has been carried out. This research shows that the Instagram account @visit.tangsel has a positive influence on tourism promotion in the city of South Tangerang.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bagian penting bagi negara Indonesia. Banyak sekali keindahan alam, kebudayaan serta peninggalan – peninggalan pada zaman dahulu di Indonesia yang merupakan kekayaan yang harus kita lestarikan dan kita kembangkan. Pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan

*Corresponding author

E-mail addresses: Muh.febrians212@mail.com

devisa negara. Bahkan di beberapa tahun terakhir, industri pariwisata Indonesia mampu mendatangkan devisa kurang lebih 150 milyar rupiah. Indonesia dengan potensi wisata yang kaya harus dimaksimalkan untuk kesejahteraan masyarakatnya. (angg007, 2015)

Dikawasan jabodetabek banyak terdapat objek wisata antara lain seperti kebun raya bogor, kebun Binatang ragunan di jakarta, wisata hutan pinus gunung pancar di bogor serta monument nasional kota Jakarta. (ramadhini, 2023)

Kota tangerang selatan juga tidak kalah menarik dengan pariwisata di wilayah indonesia, antara lain seperti tandon tandon ciater, taman kota 1 dan 2, kebun late dan broadway stage. Mungkin sebagian masyarakat memiliki anggapan di kota tangerang selatan hanya diisi oleh gedung – gedung bertingkat saja , namun dibalik bangunan bangunan tersebut terdapat banyak sekali ragam wisata yang menarik untuk dikunjungi. (Nanda, 2023)

Tangerang Selatan memiliki pesona dan pemandangan alam yang indah serta terdapat banyak tempat yang memiliki keindahan dan tidak diketahui, sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui tempat - tempat menarik di kota Tangerang Selatan. Tangerang Selatan memiliki tempat wisata yang menarik, mulai dari budaya, sejarah, tempat fotografi, makanan, hingga air terjun yang benar-benar menakjubkan yang harus segera Anda jelajah. (falah, 2023)

Dinas pariwisata telah banyak mempromosikan tempat – tempat menarik seputar kota Tangerang Selatan, dengan menggunakan jejaring sosial mulai dari website hal tersebut digunakan untuk memberikan informasi kepada warga khususnya kota Tangerang Selatan. Didalam website tersebut terdapat beberapa menu seperti kategori wisata kuliner, wisata olah raga serta wisata belanja, dan banyak sekali event yang diselenggarakan dan dibagikan didalam website tersebut. Namun jumlah pengunjung website tersebut dalam beberapa bulan terakhir hanya kurang dari 200 pengunjung dengan penggunaan maksimal 3 menit didalam website. (TimDinasPariwisata, 2023)

Promosi wisata melalui website yang kurang efektif menyebabkan rendahnya wisatawan ke objek – objek wisata di kota Tangerang Selatan, ditambah dengan adanya fenomena virus korona. Menyebabkan Kunjungan wisatawan menurun drastis. contohnya wisata tebing koja sebelum pandemi *covid-19* dengan jumlah pengunjung lebih dari 100 orang, tetapi sekarang paling banyak 15 orang per-hari. (TimTangerangNews, 2021)

Dengan berkurangnya jumlah pengunjung dan menyebarnya virus *Covid-19*, banyak negara termasuk Indonesia yang mengalami kemerosotan dalam penghasilan, salah satunya sektor pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia mengatakan larangan berkunjung telah mempersulit bisnis pariwisata untuk merasakan sektor perhotelan, menurut statistik hunian hotel di Indonesia. Pada awal tahun 2020, tingkat hunian tetap pengunjung penginapan hanya dibawah 50% dan turun kembali pada pertengahan tahun sebesar kurang dari 15%. (RI, 2021)

Untuk mengatasi ketidaktahuan masyarakat akan tempat – tempat wisata di wilayah tangerang selatan, pemerintah berupaya mengangkat pariwisata kota dengan media yang lebih luas untuk menyebarkan informasi melalui akun Instagram @visit.tangsel sejak tahun 2021. Akun tersebut membagikan konten pariwisata seputar Kota Tangerang selatan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini bermaksud untuk menuji seberapa besar pengaruh akun Instagram @visit.tangsel terhadap promosi pariwisata di kota Tangerang Selatan.

TINJAUAN LITERATUR

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang terkait dengan pengaruh media sosial terhadap promosi pariwisata telah banyak dilakukan sebelumnya antara lain. Rizky Firman Maulana, Noorshanti Sumarah dan Muchamad Rizqi. Dengan hasil pengaruh signifikan dimana terdapat pengaruh antara instagram terhadap promosi pariwisata. Selanjutnya Rolan Nurrahman, Yuliati dengan hasil terdapat pengaruh signifikan antara Instagram terhadap promosi pariwisata.

Komunikasi Massa

komunikasi massa adalah sebuah informasi disampaikan sejumlah orang melalui media (komunikasi massa adalah informasi yang disampaikan melalui media kepada orang lain). Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat kita lihat bahwa komunikasi massa harus menggunakan media cetak maupun media elektronik. (Elvinaro, 2004)

Determinasi Teknologi

Determinasi teknologi merupakan bagian dari komunikasi massa yang merupakan Tindakan atau kejadian yang dilakukan akibat perkembangan teknologi menurut Marshal Mc Luhan dalam (surahman, 2016)

The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man: landasan pemikiran keputusan teknologi adalah pergantian berbagai saluran komunikasi menjadi ciri kemajuan teknologi dari masa ke masa. Teknologi membentuk cara berpikir, bertindak, dan berpindah dari satu era teknologi ke era lainnya.

Misalnya, dari masyarakat tanpa surat menjadi masyarakat yang sangat maju dengan sarana percetakan dan elektronik. *Determinisme* teknologi dapat diartikan bahwa semua kejadian dan perilaku manusia merupakan hasil dari kemajuan sebuah peradaban. Marshal Mc Luhan dalam (pratiwie, 2009)

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah tempat jaringan berbasis Internet yang digunakan untuk berkomunikasi dan membagikan informasi dengan cepat dalam jangkauan yang luas. Sekitar waktu ini, berbagai jenis media sosial muncul. Masyarakat dapat memilih media sosial mana yang akan digunakan sesuai dengan keinginan. (Rita, 2017)

Instagram

Secara umum, Instagram didefinisikan sebuah aplikasi yang berfungsi sebagai tempat untuk membagikan foto dan video. Instagram memiliki fitur untuk menambahkan sebuah efek menarik pada gambar. Instagram berfokus pada smartphone seperti Android dan iOS. Instagram menggunakan konsep ketekhubungan antara pengguna satu dengan pengguna lainnya melalui fitur *mem-follow*. Pengguna bisa berkomentar, memberikan tanggapan, memposting, dan menyimpan gambar melalui akun mereka. (Dianisa.com, 2023)

Konten

Konten adalah sebuah informasi yang disajikan melalui jejaring sosial. Konten merupakan pokok, tipe, atau masalah yang berisikan fakta maupun opini digital. Konten biasanya berisikan tulisan, animasi dan gambar. (Janner Simarmata, 2010). Konten adalah suatu bentuk informasi yang mengisi sebuah ruang. Ruang tersebut dapat berarti apa saja. seperti platform jejaring sosial, media, dan lain - lain.

Didalam sebuah konten juga terdapat format berdasarkan jenis – jenis konten seperti :

1. konten tulisan
2. konten visual
3. konten audio visual
4. konten infografis (Sasanadigital.com, 2022)

Promosi Via Instagram

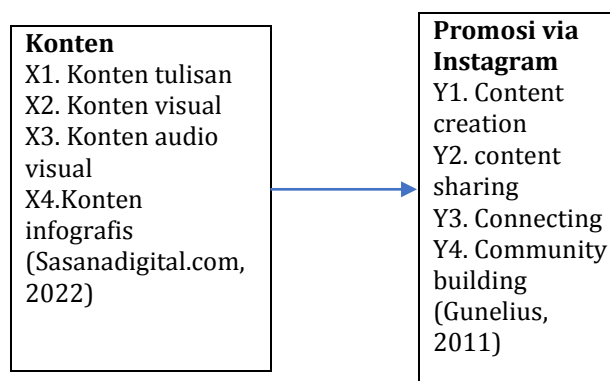
Promosi via instagram merupakan bentuk promosi yang digunakan untuk memasarkan, mempengaruhi seseorang, menginformasikan segala jenis pesan dengan menggunakan jejaring sosial. Terdapat 4 elemen yang dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan promosi dengan media sosial antara lain : *Content Creation, Content Sharing, Connecting, Community building*. (Gunelius, 2011) Dari beberapa tinjauan literatur diatas peneliti memiliki hipotesis bahwa Akun instagram @visit.tangsel berpengaruh terhadap promosi pariwisata

Penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

Ho : Akun instagram @visit.tangsel tidak berpengaruh terhadap promosi pariwisata kota Tangerang Selatan.

Ha : Akun instagram @visit.tangsel berpengaruh terhadap promosi pariwisata kota Tangerang Selatan.

Kerangka pemikiran penelitian



Metode

Pendekatan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, menyebarkan survei dan kuesioner melalui media sosial kepada followers akun Instagram @visit.tangsel. penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari filosofi positivis dan digunakan untuk mengkaji sampel maupun populasi. Prosedur sampel dihasilkan secara random, data dikumpulkan dengan menggunakan google form, dan analisis data bersifat deskripsi diagram. Diagram perubahan dimaksudkan untuk menguji dugaan yang telah ditentukan. (Sugiyono, 2013)

Penelitian disajikan menggunakan survei dengan pendekatan kuantitatif menjadi pilihan dalam penelitian kali ini untuk melihat apakah pertanyaan penelitian yang digunakan sesuai dalam pengumpul data yang diambil dari responden atau orang yang mengikuti akun instagram @visit.tangsel.

Populasi

Populasi adalah bagian dari domain kelompok yang ada, subjek ataupun objek yang akan diteliti dengan tingkatan dan berkarakter yang diidentifikasi oleh peneliti dari mana studi atau kesimpulan dapat ditarik. (Sugiyono, 2013). Populasi penelitian ini adalah follower akun Instagram @visit.tangsel dengan total 17.900 follower (8 agustus 2023).

Sample

Sampel adalah sebuah bagian dari pada jumlah populasi yang sudah ditentukan. Dalam menetapkan banyaknya sebuah sampel, peneliti menggunakan cara dengan menerapkan rumus slovin (Sugiyono, 2013)

n : sample.

N : banyaknya populasi.

e : Nilai kesalahan.

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$\text{sample} = 17.900 / (1 + (17.900 \times 10\%^2))$$

$$\text{Sampel} = 17.900 / (1 + (17.900 \times 0.1^2))$$

$$\text{Sampel} = 17.900 / (1 + (17.900 \times 0.01))$$

$$\text{Sampel} = 17.900 / (1 + 179)$$

$$\text{Sampel} = 17.900 / 180$$

$$\text{Sampel} = 99$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang dikumpulkan dengan menggunakan pertanyaan, kepada Jumlah populasi followers akun instagram visit.tangsel adalah 17.900 (8 agustus 2023) dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Teknik Sample

Probability sampling dengan metode *simple random sampling* adalah sebuah cara pengambilan data dengan dilakukan secara langsung kepada sampel yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, setiap sampel sebagai kelompok dari populasi memiliki sebuah probabilitas yang sama untuk digunakan sebagai sampel atau mewakili populasi. Ini terjadi ketika anggota populasi dianggap serupa. Dan *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling* merupakan cara pengambilan data kepada responden yang ditemukan secara kebetulan. (Sugiyono, 2013) Sebanyak 90 responden didapatkan dengan menggunakan Teknik probability sampling dan 10 responden didapatkan dengan metode convenience sampling.

Uji Validitas

Validitas berarti suatu ukuran dengan tingkat keakuratan suatu pengukur dalam membuktikan fungsi yang seharusnya.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

r xy = Koefisien korelasi

n = Banyaknya sampel

$\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel y

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan berapa banyak hasil pengukuran yang tepat dihasilkan menggunakan metode yang sama menghasilkan data yang sama. (Sugiyono, 2013)

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

R11 = reliabilitas yang dicari

N = jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum at^2$ = jumlah varians skor tiap item

at2 = varian total

Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah proses dalam sebuah model dimana setiap peluang haruslah sama dengan hubungan lurus antara kedua variabel dimana setiap variable dapat saling mempengaruhi dengan variabel bebas (independent) dan variabel terkait (dependen). (Sugiyono, 2013)

Berikut merupakan persamaan regresi linear sederhana :

$$Y = a + bX$$

Y : Promosi via Instagram

a : konstanta

b : koefisien variabel x

X : Konten

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2018)

Pedoman interpretasi koefisien determinasi

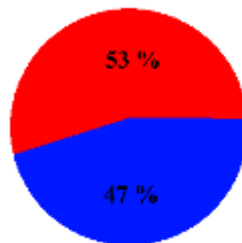
Pernyataan	keterangan
0 – 19,9%	Sangat lemah
20 – 39,9%	Lemah
40 – 59,9%	Sedang
60 – 79,9%	Kuat
80 – 100%	Sangat kuat

(Sugiyono, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan kepada 100 orang dengan mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 53 orang dan responden laki – laki adalah 47 orang. Dengan kriteria sebagai followers akun instagram @visit.tangsel.

Tabel 1. Jenis kelamin



Tabel 2. Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	Butir	Korelasi pearson	R tabel (5%)	Keterangan
Konten	P1	0.563	0.197	Valid
	P2	0.612	0.197	Valid
	P3	0.662	0.197	Valid
	P4	0.473	0.197	Valid
	P5	0.594	0.197	Valid
	P6	0.553	0.197	Valid
	P7	0.539	0.197	Valid
	P8	0.680	0.197	Valid
	P9	0.651	0.197	Valid
	P10	0.558	0.197	Valid
	P11	0.574	0.197	Valid
	P12	0.522	0.197	Valid

Promosi Via Instagram	P1	0.538	0.197	Valid
	P2	0.630	0.197	Valid
	P3	0.650	0.197	Valid
	P4	0.587	0.197	Valid
	P5	0.564	0.197	Valid
	P6	0.640	0.197	Valid
	P7	0.531	0.197	Valid
	P8	0.574	0.197	Valid
	P9	0.522	0.197	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan pearson corelation, variabel X (Konten) mendapatkan nilai signifikansi < 0.05 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana hal ini dapat diartikan bahwa indikator dari variabel X dinyatakan Valid. Berdasarkan hasil uji validitas variabel Y (promosi via instagram) dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dari hasil signifikansi yang menunjukkan < 0.05 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. Uji reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's alpha	Batas minimum	keterangan
Konten (X)	0.824	0.60	Reliabel
Promosi via Instagram	0.756	0.60	Reliabel

Hasil dari uji reliabilitas dinyatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha lebih dari 0.60. maka hasil dari uji reliabilitas dari variabel X dinyatakan reliabel dengan angka *cronbach's alpha* 0.824 dan untuk variabel promosi via instagram memiliki hasil 0.756 hal ini reliabel karena nilai cronbach's alpha masih lebih besar dari pada 0.60.

Tabel 4. Uji t hitung Variabel X dan Variabel Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.880	2.828		5.616	.000
	Konten	.439	.055	.626	7.937	.000

a. Dependent Variable: Promosi Via IG

Hasil dari uji t tabel atau biasa disebut dengan uji hipotesis adalah hasil yang dimana dapat diasumsikan dengan keputusan yang valid dimana nilai signifikansi kurang dari 0.05 sehingga H_0 yaitu Akun instagram @visit.tangsel tidak berpengaruh terhadap promosi pariwisata kota Tangerang Selatan ditolak maka H_a Akun instagram @visit.tangsel berpengaruh terhadap promosi pariwisata kota tangerang selatan diterima sehingga dapat disimpulkan Variabel X memiliki pengaruh terhadap Variabel Y. Dari pengolahan data diatas hasil dari uji t_{hitung} sebesar 7.937 nilai signifikansi sebesar 0.000. nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengolahan data didapatkan dari rumus sebagai berikut :

Dari data diatas didapatkan nilai t hitung $7.937 > 1.983$ (T tabel)

Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 5. Uji regresi linier sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.678	3.140

a. Predictors: (Constant), konten

Dari tabel 5 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = a + bX$

$$Y = 15.880 + 0.439X$$

Apabila konten sebesar 0 maka pengaruh promosi via instagram adalah sebesar 15.880. Jika nilai konten meningkat sebesar 1 satuan maka meningkatkan pengaruh promosi via instagram sebesar 0.439. Analisis besar atau kecilnya pengaruh dapat dilihat dari hasil R square, nilai koefisien dari R square adalah sebesar 0.681 yang dimana hal ini dapat diartikan bahwa konten berpengaruh sebesar 68% terhadap promosi via instagram sedangkan sisanya dapat dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 32%.

SIMPULAN

Dari penelitian di atas diperoleh kesimpulan :

1. Terdapat hubungan yang kuat antara konten Instagram @visittangsel terhadap promosi pariwisata di kota Tangerang Selatan.
2. Konten instagram @visit.tangsel berpengaruh sangat kuat terhadap promosi pariwisata di kota Tangerang Selatan.

SARAN

1. Akun Instagram @visit.tangsel harus lebih aktif dalam membagikan konten yang dibuat kepada para followers.
2. Konten Instagram @visit.tangsel harus lebih beragam dan dikemas dengan menarik agar menarik minat pengikut lainnya.
3. Admin akun @visit.tangsel harus aktif dalam memberikan feedback kepada pengikut.

REFERENCES

- Amalia, R., & Sudibyo, A. G. (2020). Pengaruh Kampanye Public Relations No Straw Movement Terhadap Loyalitas Pengunjung Kona Koffie. *Inter Script: Journal of Creative Communication* /, 2(1), 73–85.
- Dianisa.com. (2023). *Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll.* 28-02-2023. <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>
- Elvinaro. (2004). *John R. Bittner*.
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (n.d.). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. In *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 2020).
- Firman Maulana, R., Sumarah, N., & Rizqi, M. (n.d.). *Efektivitas Instagram @mangrovewonorejo sebagai Media Promosi Pariwisata di Surabaya*.
- Gunelius. (2011). *30-minute social media marketing : step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*.
- Haryani, D. S., Fauzar, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Tanjungpinang, P. (2021). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM CHACHA FLOWERS* (Vol. 4, Issue 1).
- Heuer, C. (2010). *Solis*.
- Ichsan Ali, M., Maya Sekar Wangi, D., & Suryo Sardjono, H. (n.d.). *PENGARUH AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @infocegatansukoharjo TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI BERITA ONLINE MASYARAKAT KABUPATEN SUKOHARJO*.
- Iqbal, M., Pradana, W., & Mahendra, G. K. (n.d.). *JSPG: Journal of Social Politics and Governance Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sektor Pariwisata Di Objek Wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul*.
- Janner Simarmata. (2010). *rekayasa web*.
- kominfo.go.id. (2015). *Saatnya Kembangkan Potensi Pariwisata Indonesia*. 18-08-2015. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/5640/saatnya-kembangkan-potensi-pariwisata-indonesia/0/infografis>
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Kristiana, Y. (2019). *ANALISIS MINAT WISATAWAN LOKAL TERHADAP TAMAN REKREASI DI TANGERANG SELATAN*. 6(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp128>
- McLuhan, M. (1962). *The Guttenberg Galaxy*.
- Megapolitan.kompas.com. (2020). *Sekitar 700 UMKM di Tangsel Terancam Bangkrut jika Pandemi Covid-19 Tak Segera Berakhir*. 28-02-2020. <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/28/17200261/sekitar-700-umkm-di-tangsel-terancam-bangkrut-jika-pandemi-covid-19-tak>
- Nurrahman, R. (2019). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @VISITBENGKULU SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA PROVINSI BENGKULU* (Vol. 3, Issue 1). <http://www.instagram.com/visitbengkulu.n>
- Ramdan, A. K., Rismawan, F. R., Wiharnis, N., & Safitri, D. (2019). Pengaruh Akun Instagram @temandisabilitas_Id dalam Meningkatkan Kesadaran Followers Terhadap Difabel. In *Jurnal Komunikasi* / (Vol. 4, Issue 2).

- RI, K. (2021). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. 18 Agustus. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>
- Rusdi, F. (n.d.). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. <https://www.instagram.com/jktinfo/>
- Sasanadigital.com. (2022). *Apa itu Konten? (Pengertian Menurut Ahli, Contoh, dan Jenis)*. 7-10-2022. <https://sasanadigital.com/apa-itu-konten/>
- Savira Sanida, D., & Prasetyawati, H. (n.d.). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi*. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, V(1), 1–17. <https://instagram.com/infobekasi.coo>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Syaifullah, A., & Anggraini, R. (2022). *SIKAP REMAJA MENGENAI BERITA HOAX COVID 19 DI MEDIA SOSIAL*. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, 4(2), 47–67.
- Tangerangnews.com. (, September). *Semakin Sepi Wisata Tebing Koja Kabupaten Tangerang*. 03-09-2021. <https://tangerangnews.com/wisata/read/36467/Semakin-Sepi-Wisata-Tebing-Koja-Kabupaten-Tangerang>
- Tempatwisataseru.com. (2023). *35 tempat wisata di tangerang selatan terbaik & terhits yang kekinian!* 26-04-2023. <https://tempatwisataseru.com/liburan-ke-tempat-wisata-di-tangerang-selatan/>
- Wisatalengkap.com. (2021). *31 Tempat Wisata di Tangerang Terbaru yang Lagi Hits 2023*. 26-02-2021. <https://wisatalengkap.com/tempat-wisata-di-tangerang/>
- (Fauziyyah & Rina, n.d.; Firman Maulana et al., n.d.; Haryani et al., 2021; Ichsan Ali et al., n.d.; Iqbal et al., n.d.; Kristiana, 2019; Nurrahman, 2019; Ramdan et al., 2019; Rusdi, n.d.; Syaifullah & Anggraini, 2022)