

# **PERANCANGAN MEDIA SOSIAL KAMPUNG WISATA TEMATIK DI KECAMATAN CIBIRU**

## **PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memahami syarat kelulusan Diploma IV  
Program Studi Destinasi Pariwisata  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung.



Disusun oleh:  
**Ayuwanda Harisbaya**  
**201923187**

**PROGRAM STUDI DESTINASI PARIWISATA  
JURUSAN KEPARIWISATAAN  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI  
BANDUNG  
2023**

# **LEMBAR PENGESAHAN**

JUDUL PROYEK AKHIR

## **PERANCANGAN MEDIA SOSIAL KAMPUNG WISATA TEMATIK DI KECAMATAN CIBIRU**

NAMA : AYUWANDA HARISBAYA  
NIM : 201923187  
JURUSAN : KEPARIWISATAAN  
PROGRAM STUDI : DESTINASI PARIWISATA

Pembimbing Utama,



Dr. Harvadi Darmawan, A.Par., M.M., CPM (Asia)  
NIP. 19720119 200212 2 001

Pembimbing Pendamping,



Dickv Arsvul Salam, S.Par., M.Sc.  
NIP.19890709 201403 1 002

Bandung, 3 Juli 2023

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.  
NIP. 19710316 199603 2 001

# LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

## PERANCANGAN MEDIA SOSIAL KAMPUNG WISATA TEMATIK DI KECAMATAN CIBIRU

NAMA : AYUWANDA HARISBAYA  
NIM : 201923187  
JURUSAN : KEPARIWISATAAN  
PROGRAM STUDI : DESTINASI PARIWISATA.

Pembimbing Utama,



Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M., CPM (Asia)  
NIP. 19711225 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc  
NIP. 19890709 201403 1 002

Penguji I,



Eka Paramita Marsongko, A.Par., M.Sc.  
NIP. 19601222 198503 2 001

Penguji II,



Drs. Renalmon Hutahean, M.M.  
NIP. 19591208 198603 1 001

Bandung, Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.  
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CHE  
NIP. 19710506 199803 1 001

**MOTTO**

*"Not because the God doesn't know you're crying,  
but God knows you're strong"*

Mark Lee.

*"be quiet, don't cry."*

Jeong Jaehyun.

*"Do whatever is within your capabilities, never compare yourself to others,  
because only you who understand of your weaknesses and strengths."*

Ayuwanda Harisbaya

*"Be a good person and make your mom proud in heaven"*

Ayuwanda Harisbaya

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada kehadiran Allah SWT, dengan selesainya projek akhir ini saya selaku penulis penulis mempersembahkan kepada :

1. Ayuwanda Harisbaya, dengan segala kekurangan, saya ucapkan dengan rasa bangga dan terima kasih karena sudah bertahan sampai detik ini. Terima kasih sudah menjadi pribadi yang kuat. *Hi little Ayuwanda, we made it!*
2. Almarhumah Ibunda tercinta Ibu Wiwin yang selalu menjadi penguat dan motivasi saya untuk menyelesaikan penyusunan projek akhir ini. Ma liat, teteh keren kan?
3. Bapak Wahono selaku ayah yang sudah berjuang serta memberikan semangat dan mendoakan.
4. Bunda Deni Prastiyawati yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat.
5. Adik saya, kebanggan saya, Akbar Wanda Aulia dan Albar Wanda Aulia yang selalu memberikan semangat, doa, serta menjadi penguat untuk saya dalam menentukan langkah, dan menyelesaikan projek akhir ini. Terima kasih telah menjadi salah satu alasan untuk terus bertahan dan menjadikan saya pribadi yang lebih kuat. Terima kasih, adik-adik kesayangan teteh.
6. Shalahuddin Al-Ayyubi Jundi Al-Islam dan Izza Nuzulullail Assyahid selaku adik saya, terima kasih atas doa serta dukungannya.
7. Kepada sahabat seperjuangan saya, Dita, Fahra, Tiara, Xyalma, Zahra, dan Asa telah menjadi teman yang baik dan saling memberikan *support* satu sama lain. Terima kasih sudah menjadi orang-orang yang memberikan kesan, pengalaman, dan memori terbaik selama 4 (empat) tahun ini.

8. DEP 8B, terima kasih telah menjadi rekan-rekan kelas terbaik, tidak ada kata selain rasa syukur telah dipertemukan dengan manusia-manusia seperti kalian.
9. Rekan-rekan DEP 2019, serta keluarga besar Destinasi Pariwisata

## PERNYATAAN KEAHLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Ayuwanda Harisbaya  
Tempat/Tanggal Lahir : Sumedang, 23 November 1999  
NIM : 201923187  
Program Studi : Destinasi Pariwisata  
Jurusan : Kepariwisataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:  
Perancangan Media Sosial Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 30 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Ayuwanda Harisbaya

## ABSTRAK

Proyek akhir ini berjudul "Perancangan Media Sosial Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Responden dari penelitian ini terdiri dari pengelola Kampung Wisata Tematik Kecamatan Cibiru, Staff Kelurahan Cisurupan, Pengunjung Kampung Wisata Tematik Kecamatan Cibiru, dan *social media expert*. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat perancangan media sosial untuk Kampung Wisata Tematik Kecamatan Cibiru. Berdasarkan hasil dari olahan data yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru masih kurang dalam melakukan pemasaran, sehingga masih banyaknya wisatawan yang belum mengetahui destinasi wisata ini. Maka dari itu peneliti mengajukan rekomendasi sebagai berikut : pembuatan akun media sosial dengan menyesuaikan *target audience* yang diinginkan pihak pengelola dan Kelurahan Cisurupan, penggunaan *visual appeal*, *format content* yang baik, *consistency* (*visual*, *tone of voice*, dan frekuensi unggahan) serta *user engagement*.

**Kata Kunci : Perancangan Media Sosial, Pemasaran Digital, Konten Media Sosial.**



## ABSTRACT

*This final project is titled "Designing Social Media for the Thematic Tourism Village in Cibiru District." This research utilizes an exploratory qualitative method with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The respondents for this research consist of the managers of the Thematic Tourism Village in Cibiru District, the staff of Cisurupan Sub-district, visitors to the Thematic Tourism Village in Cibiru District, and a social media expert. The objective of this research is to create a social media design for the Thematic Tourism Village in Cibiru District. Based on the results of data analysis conducted by the researcher, it is indicated that the Thematic Tourism Village in Cibiru District lacks marketing efforts, resulting in many tourists being unaware of this tourist destination. Therefore, the researcher proposes the following recommendations: creating a social media account while tailoring it to the desired target audience of the managers and Cisurupan Sub-district, using visual appeal, employing good content formats, ensuring consistency in visuals, tone of voice, and posting frequency, as well as focusing on user engagement.*

***Keywords: Social Media Design, Digital Marketing, Social Media Content.***

## KATA PENGANTAR

Ucapan syukur dan terimakasih kepada kehadiran Allah SWT atas berkat serta rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal usulan penelitian dengan judul **"Perancangan Media Sosial Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru"**. Penyusunan usulan penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mengikuti Seminar Usulan Penelitian dan Penyusunan Proyek Akhir jenjang Diploma IV (D4) pada program studi Destinasi Pariwisata jurusan Kepariwisataaan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Dalam penyusunan proposal usulan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan serta bantuan dari semua pihak sehingga proposal ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Untuk itu penulis ingin persembahkan dan menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par.CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM.Par., CPM (Asia). selaku Ketua Jurusan Kepariwisataan.
4. Ibu Wisi Wulandari, MM.Par., selaku ketua Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata.
5. Bapak Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M., selaku dosen pembimbing.
6. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par.,M.Sc., selaku dosen pembimbing.
7. Pengelola Kampung Wisata Tematik Kecamatan Cibiru.
8. Kepala beserta *staff* Kelurahan Cisurupan

Dalam penyajian usulan penelitian ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan belum mendekati kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang sifatnya membangun sebagai bahan masukan yang bermanfaat dan dapat diimplementasikan dalam penelitian ini guna mencapai hasil yang memuaskan.

Bandung, 21 Agustus 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMABAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEAHLIAN KARYA .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Teori.....	9
B. Kerangka Pemikiran.....	17
<b>BAB III .....</b>	<b>19</b>
<b>RANCANGAN PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
A. Rancangan Penelitian.....	19
C. Pengumpulan Data.....	21

D. Analisis Data .....	23
E. Pengujian Keabsahan Data .....	24
F. Jadwal Penelitian .....	24
<b>BAB IV .....</b>	<b>26</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>26</b>
A. Hasil Penelitian .....	26
B. Hasil Pembahasan.....	49
<b>BAB V.....</b>	<b>64</b>
<b>SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>64</b>
A. Simpulan.....	64
B. Rekomendasi .....	65
1. <i>Visual Appeal</i> .....	67
1) Tulisan .....	67
2) Ikon.....	69
3) Tata Letak .....	73
4) <i>Filter</i> .....	82
2. Format Content .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ringkasan Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia .....	6
Gambar 2 Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar 3 Peta Kecamatan Cibiru.....	26
Gambar 4 Salah Satu Spot Foto di Kampung Wisata Tematik Kecamatan Cibiru .....	27
Gambar 5 Tempat Untuk Bakar-bakar Saat Kemping di Area Kemping.....	28
Gambar 6 Saung.....	28
Gambar 7 Kolam Retensi .....	29
Gambar 8 Kunjungan Wisatawan Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru Berdasarkan Rentang Usia .....	32
Gambar 9 Kunjungan Wisatawan Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 10 Kunjungan Wisatawan Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru Berdasarkan Domisili.....	34
Gambar 11 Platform Media Sosial Yang Sering Digunakan di Negara Indonesia Pada Januari 2023 .....	35
Gambar 12 Media Sosial Yang Sering Digunakan Oleh Pengunjung Kampung Wisata Tematik Kecamatan Cibiru .....	36
Gambar 13 Lama Waktu Penggunaan Media Sosial Wisatawan Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru .....	37
Gambar 14 Waktu Penggunaan Media Sosial.....	38
Gambar 15 Interaksi Aktif Wisatawan Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru di Media Sosial .....	39
Gambar 16 Informasi Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru .....	40
Gambar 17 Tujuan Penggunaan Media Sosial Wisatawan Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru.....	41
Gambar 18 Jenis Konten Yang di Sukai Wisatawan Kampung Wisata Tematik di Kecamatan Cibiru Saat Menggunakan Media.....	42
Gambar 19 Palet Warna Krem .....	53
Gambar 20 Palet Warna Coklat.....	54
Gambar 21 Palet Warna Biru Abu-Abu.....	55
Gambar 22 Palet Warna Hijau Zaitun .....	55
Gambar 23 Palet Warna Perancangan Media Sosial Kampung Wisata Tematik Kecamatan Cibiru.....	56
Gambar 24 List Font.....	58
Gambar 25 Akun Instagram .....	66
Gambar 26 Font "Josefin Sans Regular" Kategori Basic.....	67
Gambar 27 Font "Daydream" Kategori Script.....	69
Gambar 28 Vector Air.....	70

Gambar 29 Vector Leaf.....	71
Gambar 30 Penggabungan Kedua Inspirasi Vector .....	71
Gambar 31 Ikon .....	72
Gambar 32 Tata Letak Konten Media Sosial .....	74
Gambar 33 Template Untuk Repost Story Instagram.....	76
Gambar 34 Template Untuk Post Story Instagram .....	77
Gambar 35 Template Polling Story Instagram .....	78
Gambar 36 Template Question Box Story Instagram .....	79
Gambar 37 Template Unggahan Baru Untuk Story Instagram.....	80
Gambar 38 Template Thumbnail Unggahan Video Reels .....	81
Gambar 39 Aplikasi Lightroom.....	82
Gambar 40 Sebelum dan Sesudah Penggunaan Filter .....	84
Gambar 41 Hashtag Terbanyak Pada Media Sosial Instagram Berdasarkan Keyword "Bandung" .....	85
Gambar 42 Hashtag Explore Bandung .....	87

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 2 Daftar Informan Penelitian .....	30
Tabel 3 Hasil Data Pemahaman Target Audience Berdasarkan Hasil Wawancara dan Kuisisioner .....	49
Tabel 4 Ketentuan Penggunaan HPashtag Pada Format Content Dengan Kategori Tulisan.....	59
Tabel 5 Setting Filter Menggunakan "Adobe Lightroom" .....	83
Tabel 6 Daftar Hashtag .....	85
Tabel 7 Jadwal Unggahan.....	90



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Catatan Bimbingan.....	97
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian .....	98
Lampiran 3 Surat Pernyataan Penelitian .....	99
Lampiran 4 Pemeriksaan Turnitin.....	100
Lampiran 5 Pedoman Penelitian.....	101
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian .....	115
Lampiran 7 Biodata Penulis .....	117

## DAFTAR PUSTAKA

### a. Sumber dari Buku

- Bodgan, R.C., & Biken, S.K. (2017). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theories and Methods*. Boston: Pearson.
- Chaffey, D. (2021). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing (7th ed.)*. Taylor & Francis.
- Chaffey, D. (2021). *Digital Marketing : Strategy, Implementation and Practice*. Pearson
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Handley, A. (2014). *Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content*. Wiley.
- Holiday, R. (2017). *Perennial Seller: The Art of Making and Marketing Work that Lasts*. Penguin.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Lupton, E. (2021). *Graphic Design: Now in Production*. Princeton Architectural Press
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage publications.
- Nasution, S.S., & Arikunto, S. (2020). *Metode penelitian naturalistik kualitatif*. Bumi Aksara.

### b. Sumber dari Dokumen

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2023). Surat Tugas Nomor B/PE/01/04/1046-Disbudpar/III/2023 tentang Program Pendampingan Kampung Wisata Tahun 2023. Bandung.

Pemerintah Kota Bandung. (2013). Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 1 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) Kota Bandung Tahun 2012-2025. Bandung.

### c. Sumber dari Jurnal

Ansari, S. (2019). *Social Media Design: Definition, Tips, and Best Practices*. Diakses pada 09 April 2023 melalui laman <https://www.interaction-design.org/literature/article/social-media-design-definition-tips-and-best-practices>

Goel, A., & Thakur, D. (2021). "A Comprehensive Study of Social Media Design and Its Impact on User Engagement." *International Journal of Advanced Research in Computer Science*, 12(3), 98-105.

Kumar, A. (2019). *Social Media and Its Impact on Society*. *International Journal of Research in Engineering, IT and Social Sciences*, 9(2), 41-46.

Patel, N. (2017). *The Complete Guide to Building Your Personal Brand*. Entrepreneur Press.

Putri, D. (2022). Konsep Kampung Wisata sebagai Tren Wisata Alternatif di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 10(1), 25-36.

Qualman, E. (2019). *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. John Wiley & Sons.

Rajan, R. S., & Kumar, V. R. (2016). *The Impact of Digital Marketing on Indonesian Tourism*. *International Journal of Business and Administration Research Review*, 2(1), 88-93.

Sharma, R., & Sharma, S. (2014). *The Impact of Social Media on Tourism*.

Solis, B. (2013). "The Conversation Prism: Exploring the Landscape of Social Media." In *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (2nd ed., pp. 37-41). Kogan Page.

### d. Sumber dari Situs Web

blog.hootsuite.com. (2022, 08 Desember). 2023 Guide to Creating Stunning Visual Content for Social Media. Diakses pada 27 Juni 2023 pada laman <https://blog.hootsuite.com/epic-guide-creating-social-media-visuals/>

Dafont. Diakses pada 28 Juni 2023 pada laman <https://www.dafont.com/>

Digital 2023 : *Global Overview Report. Data Reportal* : We Are Social. Diakses pada 17 April 2023 melalui laman <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

galajabar.com. (2023, 13 Maret). Resmi! 8 Kampung Wisata Kreatif di Bandung Mulai Beroperasi. Diakses pada 09 April 2023 melalui laman <https://galajabar.com/resmi-8-kampung-wisata-kreatif-di-bandung-mulai-beroperasi/>

glints.com. (2022, 04 Februari). Hashtag Instagram : Apa Itu, Jenis, Cara Menggunakan, dan Manfaatnya untuk Marketer. Diakses pada 27 Juni 2023 melalui laman <https://glints.com/id/lowongan/hashtag-instagram/>

Humas Kota Bandung. (2023, 16 Maret). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Gelar Program Pendampingan Kampung Wisata. Diakses pada 09 April 2023 melalui laman [https://humas.bandung.go.id/detail\\_berita/dinas-kebudayaan-dan-pariwisata-kota-bandung-gelar-program-pendampingan-kampung-wisata](https://humas.bandung.go.id/detail_berita/dinas-kebudayaan-dan-pariwisata-kota-bandung-gelar-program-pendampingan-kampung-wisata)

Kemenparekraf. (2023, April 7). Pemasaran Digital, Peluang Majukan Sektor Pariwisata di Indonesia. Diakses pada 10 April 2023 melalui laman <https://kemenparekraf.go.id/berita/pemasaran-digital-peluang-majukan-sektor-pariwisata-di-indonesia>

Kemenparekraf. (2022, 4 Juli). SIARAN PERS: Kemenparekraf Bahas Pemulihan Parekraf Melalui Desa Wisata dan Kampung Tematik dengan DPR RI. Diakses pada 09 April 2023 melalui laman <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/pres-release-kemenparekraf-bahas-pemulihan-parekraf-melalui-desa-wisata-dan-kampung-tematik-dengan-dpr-ri>

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). Program Desa Wisata dan Kampung Tematik sebagai Solusi Pariwisata Pasca Pandemi Covid-19. Jakarta

Patel, N. "10 *Element of a Successful Content Marketing*" (2017). Diakses pada 1 Mei 2023 melalui laman <https://neilpatel.com/blog/content-marketing-elements/>

Pinterest. Diakses pada 28 Juni 2023 pada laman <https://id.pinterest.com/>

Sprout Social. (2021). Sprout Social Index: Edition XVI. Diakses pada 04 Mei 2023 melalui laman <https://sproutsocial.com/insights/data/q1-2021/>

TrackMaven. (2015). The Instagram Engagement Report. Diakses pada 17 April 2023 melalui laman [https://go.trackmaven.com/rs/trackmaven/images/TrackMaven\\_InstagramEngagementReport.pdf](https://go.trackmaven.com/rs/trackmaven/images/TrackMaven_InstagramEngagementReport.pdf)