




PERAN DISPARBUD KABUPATEN LAMONGAN DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MELALUI INSTAGRAM REELS DAN BOOKLET

Faiza Khadijah

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

*Korespondensi Email : faizakh0109@gmail.com

<p>Info Article</p> <p>Received : 01 April 2023</p> <p>Revised : 02 May 2023</p> <p>Accepted : 28 May 2023</p> <p>Publication : 30 June 2023</p>	<p>Abstract: <i>This research is entitled The Role of Disparbud Lamongan Regency in Promoting Tourism Through Instagram Reels and Booklets. The method used in this research is by making observations carried out is unstructured observation.. Documents in the form of writing are diaries, biographies, regulations, or activities. Examples of documents obtained through images are photographs, live images, and sketches. The results showed that Lamongan is a city that has a lot of interesting tourist attractions. Tourism in Lamongan is under the responsibility of the Lamongan Regency Tourism and Culture Office (Disparbud). To increase the number of tourists, of course, promotion must be done. Promotion is not only carried out by each tourist attraction, but also by Disparbud. This research aims to see the role of Disparbud in conducting promotions through social media in the form of Instagram and booklets. Disparbud in conducting promotions has been carried out well, but only just making videos and booklets without analyzing further.</i></p>
<p>Keywords: Disparbud, Instagram, Reels, Booklet Kunci: Disparbud, Instagram, Reels, Buklet</p>	<p>Abstrak: Penelitian ini berjudul Peran Disparbud Kabupaten Lamongan Dalam Mempromosikan Wisata Melalui Instagram Reels Dan Booklet. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Peran Disparbud Kabupaten Lamongan Dalam Mempromosikan Wisata Melalui Instagram Reels Dan Booklet. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dengan melakukan observasi yang dilakukan adalah observasi tak berstruktur.. Dokumen yang berbentuk tulisan adalah catatan harian, biografi, peraturan, ataupun kegiatan. Contoh dokumen yang didapatkan melalui gambar adalah foto, gambar hidup, dan sketsa. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Lamongan merupakan kota yang memiliki banyak sekali daya tarik wisata yang menarik. Pariwisata yang ada di Lamongan berada dalam tanggung jawab Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Lamongan. Untuk meningkatkan jumlah wisatawan, tentunya harus dilakukan promosi. Promosi tidak hanya dilakukan oleh tiap daya tarik wisata, namun juga dilakukan oleh Disparbud. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran Disparbud dalam melakukan promosi melalui sosial media berupa instagram dan booklet. Disparbud dalam melakukan promosi telah terlaksanakan dengan baik, namun hanya sekedar pembuatan video dan booklet tanpa menganalisis lebih jauh lagi.</p>
<p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	

PENDAHULUAN

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan merupakan salah satu sektor yang cukup prospektif dan strategis untuk dikembangkan sebagai potensi daerah dalam meningkatkan pembangunan daerah khususnya dalam pengembangan kebudayaan dan kesenian serta kepariwisataan yang bernuansa global sesuai kondisi yang sedang berkembang. Bidang Pariwisata merupakan salah satu faktor andalan di Kabupaten Lamongan yang memiliki daya tarik dari potensi sumber daya alam dan religi, sehingga dapat mendorong kegiatan ekonomi, perdagangan dan dapat menciptakan lapangan kerja yang pada akhirnya dapat memberikan *multiplayer effect* terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sebagaimana diketahui kepariwisataan Kabupaten Lamongan telah berkembang sesuai dengan potensi Wisata yang tersedia diikuti dengan sentuhan estetika yang menarik dan bernilai global sehingga mampu memenuhi selera wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lamongan.

Lamongan adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia, yang terletak di pantai utara Pulau Jawa. Ini memiliki total luas daratan sekitar 1.812,8 km² dan populasi 1.386.941 pada pertengahan 2022. Perekonomian terutama ditopang oleh pertanian, perikanan, dan perdagangan, terutama industri rumah tangga. Lamongan memiliki beberapa tempat wisata, antara lain Masjid Namira, Museum Seni Islam Indonesia, Wisata Bahari Lamongan, Kebun Binatang & Gua Maharani, dan Wisata Edukasi. Kabupaten ini juga dikenal dengan keindahan alamnya, seperti Goa Maharani yang unik, wisata bahari, Bendungan Van Der Wick, dan Tari Boranan. Lamongan merupakan salah satu kabupaten yang berlokasi strategis untuk investasi industri, pariwisata, perumahan, dan perdagangan karena menjadi kabupaten penunjang Kota Metropolitan Surabaya. Selain objek wisatanya, Lamongan juga memiliki kawasan industri dan makanan khas yang memiliki ciri khas tersendiri, seperti industri bambu, industri kayu, kerajinan gerabah, kerajinan batik, kerajinan tas, karpet, dll.

Lamongan memiliki begitu banyak daya tarik wisata yang dapat menarik kunjungan wisatawan. Menurut data statistik yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata dan Kabupaten Lamongan, pada tahun 2022 kunjungan wisatawan ke Lamongan sebanyak **4.763.350** di 34 tempat wisata, sedangkan di tahun 2021 jumlah wisatawan yang berkunjung sebesar 1.641.188 di 16 tempat wisata. Hal tersebut tentunya didukung dengan dilakukannya promosi melalui sosial media. Kegiatan promosi atraksi wisata, dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten lamongan. Dalam melakukan digital marketing, memanfaatkan instagram reels dan booklet untuk

mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Lamongan. Digital marketing merupakan penggunaan saluran digital untuk mempromosikan produk dan layanan kepada pelanggan potensial melalui internet dan bentuk komunikasi digital lainnya. Ini mencakup berbagai taktik pemasaran dan teknologi yang digunakan untuk menjangkau konsumen secara online. Sedangkan instagram merupakan aplikasi dengan fitur membagikan foto, mengambil foto, serta memberi filter kemudian membagikannya secara luas di jejaring sosial termasuk pada akun penggunanya sendiri (Utari M, 2017). Instagram telah sukses menjadi aplikasi yang banyak diminati oleh berbagai pengguna dan kini mulai menambah peluang sebagai *platform* untuk bisnis (Atmoko dan Bambang D, 2012 dalam Utari, M, 2017). Beberapa fitur yang bisa dimanfaatkan dalam pemasaran bisnis antara lain dengan membagikan foto – foto produk penjual dan banyak *followers*. Instagram mampu mempermudah konsumen untuk dapat melihat produk yang dijual serta memberikan komentar pada foto produk yang diminati. Menurut Atmoko dan Bambang, D (2012) dalam Utari, M (2017) menyebutkan indikator dalam instagram yakni *hashtag*, *geotag* atau lokasi, *follow*, *share*, *like*, *comment*, dan *mention*.

Disparbud Lamongan tidak hanya menggunakan digital marketing dalam mempromosikan wisata yang ada di Lamongan. namun juga memanfaatkan media cetak berupa booklet. Booklet merupakan media cetak yang berbentuk buku kecil dengan jumlah minimal lima halaman namun tidak lebih dari 48 halaman yang tidak termasuk halaman sampul (Darmoko, 2012 dalam Intika, T, 2018). Media cetak ini berisi berbagai informasi penting dengan pemaparan yang jelas, tegas, mudah dipahami, dan akan lebih menarik jika ditambahkan gambar. Ukurannya yang kecil membuat booklet mudah dibawa kemana – mana. Rustan (2009) dalam Putra, Y. O (2016) menjelaskan bahwa booklet adalah suatu media publikasi yang didalamnya beberapa lembar dan halaman, namun tebalnya tidak seperti buku. Booklet menjadi media informasi yang memiliki tujuan untuk menyebarkan sebuah pesan pada masyarakat dalam bentuk cetakan sehingga masyarakat dapat memahami makna yang termuat dalam booklet tersebut (Putra, Y. O, 2016). Booklet mencakup penjelasan mengenai sebuah produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah atau ditujukan sebagai sarana periklanan. Booklet mampu memberikan manfaat yang jauh lebih baik dibanding dengan media lain seperti leaflet (Putra, Y. O, 2016). Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait pemanfaatan sosial media berupa instagram reels dan booklet yang dilakukan oleh disparbud Kabupaten Lamongan dalam mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Lamongan.

METODE

Dalam penelitian, pengumpulan data merupakan langkah yang strategis, karena fokusnya untuk memperoleh data. Secara umum, teknik pengumpulan data memiliki empat macam jenis, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi atau gabungan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alami (*nature setting*). Untuk sumber data primer dan teknik pengumpulan datanya lebih menggunakan teknik observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi. (Sugiyono, 2022).

1. Observasi.

Menurut Nasution (1988) menjelaskan bahwa dasar dari seluruh ilmu pengetahuan adalah observasi. Marshal (1995) menjelaskan bahwa peneliti dapat mempelajari perilaku dan makna dari perilaku tersebut melalui observasi. Sannafiah Faisal (1990) mengklarifikasikan observasi menjadi beberapa macam, yaitu observasi partisipasi, observasi terang – terangan dan tersamar, serta observasi tak berstruktur (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan adalah observasi tak berstruktur. Tujuan dilakukannya observasi untuk melihat secara langsung bagaimana pemanfaatan instagram dan booklet yang dilakukan disarpbud dalam mempromosikan wisata yang ada di Lamongan.

2. Dokumentasi.

Dokumentasi merupakan catatan yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar maupun karya monumental. Dokumen yang berbentuk tulisan adalah catatan harian, biografi, peraturan, ataupun kegiatan. Contoh dokumen yang didapatkan melalui gambar adalah foto, gambar hidup, dan sketsa. Sedangkan dokumen yang didapatkan dari karya monumental adalah patung, film dan lainnya. Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data untuk lebih melengkapai data yang telah diperoleh dari observasi (Sugiyono, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

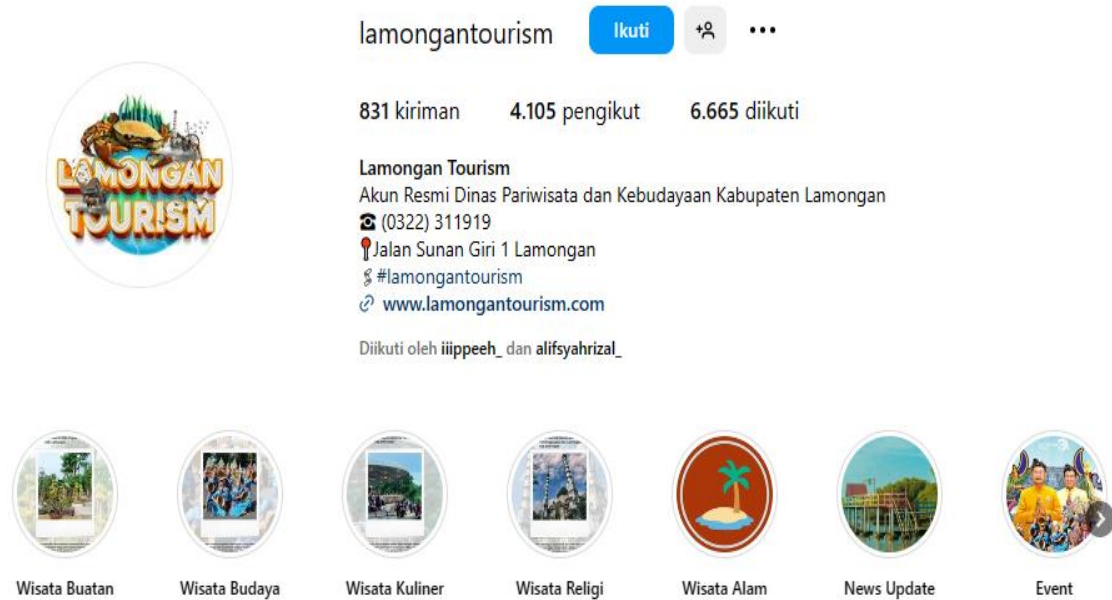
Hasil

Instagram

Instagram merupakan salah satu media yang saat ini banyak sekali penggunaanya, karena alasan tersebut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan memanfaatkan media sosial berupa instagram dalam melakukan promosi wisata dan UMKM yang ada di Kabupaten Lamongan. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan Kabupaten Lamongan dan penulis memiliki peran dalam pengelolaan akun instagram dengan nama akun @lamongantourism.

Gambar 3. 1 Akun Instagram Lamongan Tourism

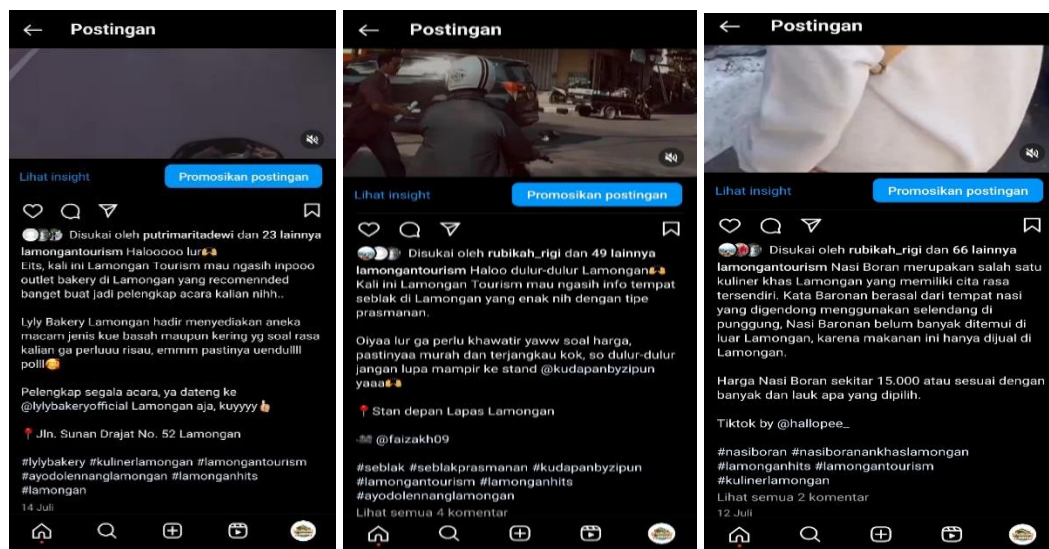


Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2023

Hashtag

Untuk memperluas penyebaran dari konten yang diunggah, akun instagram @lamongantourism menggunakan beberapa hashtag atau tanda pagar yang relevan dengan setiap kontennya.

Gambar 3.2 Penggunaan hashtag pada unggahan konten akun @lamongantourism



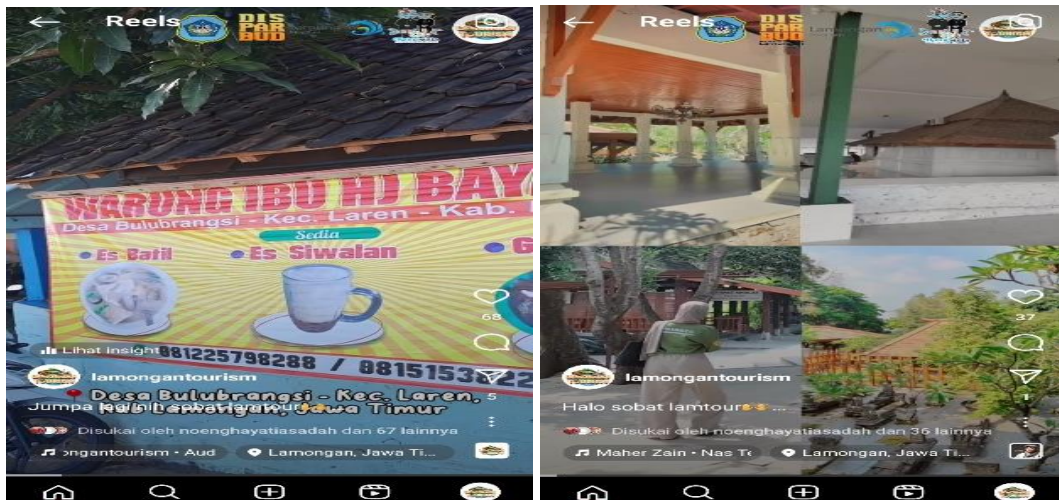
Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2023

Jika dilihat berdasarkan gambar diatas, *hashtag* yang digunakan melingkupi lokasi atau nama daya tarik wisata yang tertera dalam konten dan didukung dengan *hashtag* seputar wisata lainnya. Beberapa *hashtag* yang sering digunakan antara lain seperti #lamongantourism, #lamonganhits, dan #ayodolennanglamongan. *Hashtag* yang digunakan tersebut dapat membantu para pengguna atau akun lain dalam menemukan wisata yang direkomendasikan.

Lokasi atau geotag

Tanda lokasi atau geotag berfungsi untuk menunjukkan letak keberadaan tempat yang terdapat di dalam konten. Akun instagram @lamongantourism selalu menggunakan lokasi Lamongan, Jawa Timur pada setiap kontennya seperti gambar di bawah ini.

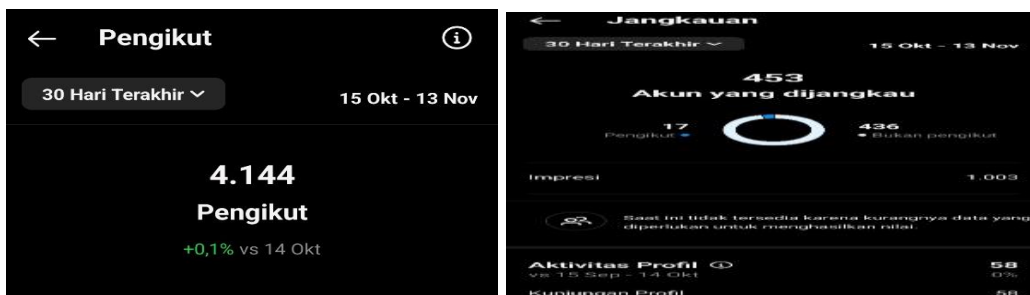
Gambar 3.3 Penggunaan lokasi atau geotag pada unggahan konten akun @lamongantourism



Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2023

Follow

Gambar 3.4 Total jumlah pengikut dan akun yang dijangkau pada akun @lamongantourism



Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2023

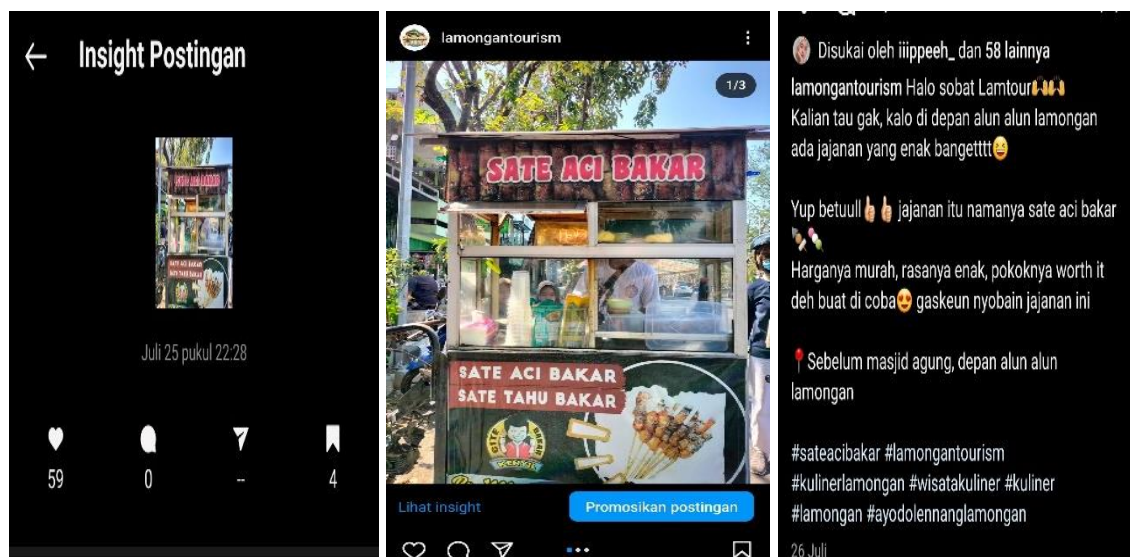
Berdasarkan data pada gambar di atas, selama 30 hari terakhir dimulai dari tanggal 15 Oktober hingga 13 November, jumlah pengikut instagram akun @lamongantourism telah mencapai 4.144 pengikut dengan kenaikan pengikut sebesar 0,1% dibandingkan pada 14 Oktober 2023. Jumlah pengikut ini juga telah mampu menjangkau 453 akun lain yang sebagian besar bukan bagian dari pengikut. Hal ini mengindikasikan bahwa akun @lamongantourism lebih sering tersebar atau muncul pada bukan pengikutnya. Dari jangkauan akun tersebut, sebanyak 58 akun bukan pengikut telah mengunjungi profil dan melihat akun @lamongantourism.

Tools

Feeds

Fitur *feeds* dimanfaatkan oleh akun @lamongantourism untuk mempromosikan wisata di Kabupaten lamongan dengan mengunggah foto UMKM dari masyarakat local. Pada gambar di bawah ini terlihat unggahan foto salah satu kuliner sate aci bakar yang dijual di Kabupaten lamongan. Postingan tersebut juga disertai dengan *caption* yang mendeskripsikan produk dan lokasi serta ditambahkan dengan kalimat persuasif yang mengajak pengguna untuk mendatangi kuliner sate aci bakar.

Gambar 3.5 Postingan *feeds* pada akun @lamongantourism



Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2023

Reels

Reels kini menjadi fitur instagram yang banyak digemari oleh pengguna instagram. Mereka dapat melihat beragam video singkat yang dikemas secara menarik. Akun

@lamongantourism memanfaatkan fitur ini sebagai sarana promosi melalui media sosial yang utama. Melalui *reels* @lamongantourism dapat mempromosikan seluruh potensi dan kegiatan yang berkaitan dengan kepariwisataan sehingga masyarakat luas atau pengguna lain dapat melihat dan menikmati keseruannya. Selain itu, pengguna lain juga dapat memperoleh informasi seputar wisata di Kabupaten Lamongan seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar 3.6 Postingan *reels* pada akun @lamongantourism



Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2023

Booklet

Selain menggunakan media sosial instagram, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan juga memanfaatkan media *booklet* dalam mempromosikan wisata – wisatanya. *Booklet* tersebut berisi informasi – informasi yang mampu membantu wisatawan saat berkunjung ke Kabupaten Lamongan.

Gambar 3.7 *Booklet* Pariwisata Kabupaten Lamongan

"Twenty years from now you will be more disappointed by the things that you didn't do than by the ones you did do. So throw off the bowlines. Sail away from the safe harbor. Catch the trade winds in your sails. Explore. Dream. Discover." – Mark Twain

www.lamongantourism.com

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2023

Adapun informasi yang disajikan yakni seputar beragam wisata yang ada di Kabupaten Lamongan mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata religi, hingga wisata buatan. *Booklet* ini menjelaskan secara detail terkait lokasi, harga tiket masuk, atraksi, akomodasi, aksesibilitas hingga keindahan dari setiap wisata. *Booklet* ini dapat digunakan oleh wisatawan sebagai petunjuk rekomendasi wisata dengan ukuran dan hanya berisi 37 halaman sehingga praktis untuk dibawa kemana saja.

Gambar 3.8 Salah satu contoh wisata alam, wisata religi, wisata buatan dan wisata budaya pada *booklet* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan.

Pantai Klayar

Lamongan merupakan daerah di Jawa Timur yang punya pantai cantik bernama Pantai Putri Klayar. Suasana nya begitu asri karena letaknya yang cukup tersembunyi. Sesuai namanya, Pantai Putri Klayar ini berada di Dusun Klayar, Desa Sidokelar, Kecamatan Paciran. Pantai yang berada di wilayah Pantura berada di perbatasan Gresik-Lamongan. Pantai ini salah satu tempat piknik murah yang cukup direkomendasi untuk wisatawan dapat menikmati bersama keluarga.

Pantai ini memiliki pemandangan dan suasana yang masih alami dan asri. Selain itu, keunikan lain yang dimiliki pantai ini adalah pasir putihnya yang lembut, deretan pohon bakau dan bebatuan karang. Kehadiran ratusan burung dara laut yang terbang di sekitar bibir pantai tersebut menambah suasana semakin indah dan cocok untuk dinikmati bersama keluarga.



www.lamongantourism.com

Masjid Agung Lamongan



Masjid ini sudah dibangun sejak 1905 dan memiliki arsitektur gaya Jawa dipadukan dengan ornamen Islam. Berapasan masjid yang sekiranya sedikit berbeda dengan bangunan asli masjid yang dulu namun secara keseluruhan tidak mengubah bentuk dan bagian-bagian di dalamnya. Keistimewaan masjid ini terletak pada model arsitekturnya. Masjid ini dengan haluan bergaya Cina, dua genuk (tempat air) dan dua bare pasujudan. Ciri khas ini dikaitkan dengan sejarah Kedaton Girituban 1669 yang di duga ada keterkaitan di antara keduanya.

www.lamongantourism.com


ISTANA GUNUNG MAS

Istana Gunung Mas 27 merupakan destinasi wisata di Lamongan yang beberapa waktu lalu sempat viral. Bukan tanpa alasan, hal tersebut lantaran keunikannya dari istana Gunung Mas itu sendiri. Istana Gunung Mas merupakan lahan bekas tambang yang diubah menjadi lebih cantik. Arealnya terbilang cukup luas dengan berbagai spot yang instagramable untuk berfoto. Ditambah lagi suasana alamnya juga masih terasa karena istana Gunung Mas yang memang dikelilingi perbukitan kapur non dari tak sekedar destinasi wisata. Istana Gunung Mas juga sangat cocok dikunjungi sebagai tempat liburan bersama keluarga.



www.lamongantourism.com

Taman Airlangga



Candi Patakan berada di Desa Patakan, Kecamatan Sambeng. Taman Airlangga dinilai bisa menjadi tempat yang pas untuk bersantai bersama keluarga, dan bisa menjadi destinasi wisata alternatif bagi masyarakat. Uraikannya sebuah taman, sejumlah fasilitas pendukung juga dibangun untuk memanjakan pengunjung. Selain itu, Taman Airlangga juga dilengkapi dengan kolam kecil yang dikelilingi bebatuan menyerupai batu karang. Kolam dan bebatuan ini bisa dijadikan spot foto menarik bagi pengunjung yang ingin mengabadikan kunjungannya.

www.lamongantourism.com

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2023

KESIMPULAN

Kabupaten Lamongan menjadi salah satu destinasi wisata di Jawa Timur dengan beragam daya tarik wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Dalam upaya guna

memperkenalkan daya tarik wisata tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan melakukan promosi pariwisata melalui media sosial dan *booklet*. Di era serba digital saat ini, media sosial mampu memberikan peran yang besar menyebarkan berbagai informasi termasuk dalam mempromosikan wisata. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan memperoleh informasi tersebut dimana saja dan kapan saja. Diantaranya berbagai media sosial yang digunakan di Indonesia, instagram menjadi salah satu media yang sangat digemari.

Dinas Pariwisata dan Kabupaten Lamongan memanfaatkan instagram untuk membuat beragam konten yang menarik baik berupa foto maupun video. Akun instagram Disbudpar Kabupaten Lamongan @lamongantourism terlihat secara konsisten terus mengunggah seluruh kegiatan yang terkait dengan bidang pariwisata dan potensi wisata yang ada di Kabupaten Lamongan. Selain itu, Disbudpar Kabupaten Lamongan juga turut mempromosikan UMKM wisata kuliner yang dimiliki oleh warganya. @lamongantourism menggunakan berbagai fitur yang disediakan di Instagram mulai dari *feeds, reels, stories, comment, like, share, follow*, dan lainnya. Sementara itu, untuk melengkapi dan memudahkan wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi Kabupaten Lamongan, Disbudpar Kabupaten Lamongan juga membuat *booklet* yang memuat informasi seputar beragam wisata dengan deskripsi yang lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Ayu Fikma Agustina, & Anindhyta Budiarti. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI DIMEDIASI GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HAMMER CLOTHING STORE . *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 1(01 Maret), 115–131. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/ecotechnopreneur/article/view/55>
- Annisa Retno Utami, & Muhammad Fathurrozi. (2023). PERAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK PAKAIAN THRIFTING MONZA STORE KAYUMANIS JAKARTA TIMUR. *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 2(02 Juni), 436–444. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/ecotechnopreneur/article/view/619>

- Cantika Tasti Oktarisa. (2023). PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS GADJAH MADA. *JIMR : Journal Of International Multidisciplinary Research*, 2(02 Desember), 146–154. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/JIMR/article/view/841>
- Dewi Wahyuni, & Ernawati. (2023). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PADA TOKO KUE BALLA KANREJAWA JAYA DI KOTA MAKASSAR. *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 2(03 September), 503–516. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/ecotechnopreneur/article/view/791>
- Intika, Tiurida. 2018. PENGEMBANGAN MEDIA BOOKLET SCIENCE FOR KIDS SEBAGAI SUMBER BELAJAR DI SEKOLAH DASAR, (online), (<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jrpd/article/view/1234/0>). Diakses pada 5 November 2023
- Naim, I., Nursaadha Rajuddin, W. O. ., & Azis Muthalib, D. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. NISSAN KENDARI. *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 2(02 Juni), 445–455. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/ecotechnopreneur/article/view/678>
- Mukhlis, & Anindhyta Budiarti. (2022). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK YANG DIMEDIASI CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN . *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 1(01 Maret), 89–107. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/ecotechnopreneur/article/view/51>
- Putra, Yandri Olga. 2016. PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL BOOKLET PROMOSI PARIWISATA DANAU KEMBAR ALAHAN PANJANG, (online), (<https://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/8268/6349>). Diakses pada 5 November 2023
- Puri Gita Hartanti, & Anindhya Budiarti. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION DIMEDIASI

- PROMOSI PADA PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE. *AT TARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(02 Mei), 333–348. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/attariiz/article/view/611>
- Republik Indonesia, PERATURAN BUPATI LAMONGAN NOMOR 69 TAHUN 2020 TENTANG KEDUDUKAN, SUSUNAN ORGANISASI, TUGAS DAN FUNGSI SERTA TATA KERJA DINAS DAN KABUPATEN LAMONGAN Republik Indonesia, Rencana Strategis Tahun 2021 – 2026 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan
- Rima Dheny Adresima, & Eny Latifah. (2023). ANALISIS EKONOMI ISLAM ATAS JUAL BELI (MINDRING) DI DESA SENDAHARJO LAMONGAN. *AT TARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(02 Mei), 362–375. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/attariiz/article/view/488>
- Setiadi, Ahmad. 2016. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIVITAS KOMUNIKASI,(online),(<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283> ,Diakses pada 4 November 2023)
- Sendari, Anugerah Ayu. 2019. Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya, (online), (<https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya?page=4>). Diakses pada 5 November 2023
- Muhammad Sofian Maksar, Sitti Zakiah Ma'mum, Murini, & Winda Sari Firdani. (2022). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI SYARIAH YANG DIMODERASI OLEH GENDER (STUDI PADA INVESTOR MAHASISWA GALERI INVESTASI SYARIAH BEI PADA IAIN KENDARI). *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 1(01 Maret), 47–62. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/ecotechnopreneur/article/view/50>
- Sya'ban, G. A., Rika Nur Amelia, Ummul Karomah, Achmad Ferdian Afrizal, & Eny Latifah. (2023). PERAN AKUNTASI SYARIAH DALAM MENINGKATKAN MINAT INVESTOR PADA PERUSAHAAN BERBASIS

SYARIAH. *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 2(01 Maret), 396–405. Diambil dari <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/ecotechnopreneur/article/view/529>

Utari, Monica. 2017. PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @princessyahrini TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS PARA FOLLOWERSNYA,(online),(<https://media.neliti.com/media/publications/188875-ID-none.pdf>). Diakses pada 5 November 2023