

## DAFTAR RUJUKAN

- Albertina, E. S., Budi, M., & Gusti, A. (2020). "Digital content strategies in new-normal museum education". *Journal of Museum Studies*, 7(2), 5–15.
- Alshobar, A. (2020). "Peran Media Sosial dalam Dinamika Sosial Masyarakat Kontemporer". *Komunikasi dan Diplomasi Internasional*, 1(1), 1-15.
- Antasari, R., & Pratiwi, D. (2022). "Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi". *Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 474-485.
- Anonim. (2006) *Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.34/OT.001/MKP-2006 tanggal 7 September 2006*. Jakarta
- Anonim. (2012) *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No.50 tanggal 20 Juli 2012*. Jakarta.
- Ariyani, P. M. (2023). "Efektivitas promosi Museum Benteng Vredenburg melalui media sosial Instagram @museum.benteng.vredenburg dengan analisis model ATR". *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 19(1), 9–23.
- Atmoko, A. (2012). "Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Alternatif Media Komunikasi". *Komunikasi dan Humaniora*, 11(1), 27–35.
- Budihardjo, Sidhartha Eko., "Konservasi Lingkungan dan Bangunan Bersejarah di Yogyakarta". *Yogyakarta: Gadjah Mada University Press*, 1989, hlm. 25.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). "Social network sites: Definition, history, and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Carvalho, A., & Matos, A. (2020). "The Future Of Museums And Digital Transformation Challenges. In A. Kameas & P. Polymeropoulou (Eds.), *Museum Professionals in the Digital Era*". *Hellenic Open University Press*. (pp. 71–79)
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed., hlm. 33). Pearson.
- Dewi Ariati, A., Mananeke, L., & Poluan, J. G. (2023). "Analisis strategi promosi online dalam meminimalisir biaya penjualan pada Brand Nobby Classy Muslim Outfit di Manado Town Square, Sulawesi Utara". *Jurnal EMBA*:

*Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2), 435–445.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). “The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’ use of online social network sites”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran: Perspektif Praktis*. Prenadamedia Group.

Ghazali, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.

Hasan, Zainul. (2024). “Strategi promosi museum di era digital dengan optimalisasi media sosial dan pemilihan brand ambassador”. *Historiography: Journal of Indonesian History and Education*, 2024. DOI: 10.

Hendroyono, H. (2012). *Brand Gardener*. Tangerang: Literati.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media”. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Kurniasih, N. (2016). *Strategi komunikasi di era media sosial*. Simbiosis Rekatama Media.

Kustyaningsih, A., Djono, D., & Yuniarto, T. (2018). “Museum Benteng Vredeburg Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah”. *Candi: Jurnal Pendidikan dan Penelitian Sejarah*, 18(2), 58-68.

Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Museum Benteng Vredeburg. 2017 (Diakses pada 11 Januari 2024, pukul 13.30) (<https://vredenburg.id/site/wp-content/uploads/2017/09/2017-Lakip-Semester-Pertama.pdf>)

Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning: Reconceiving roles for planning, plans, planners*. Free Press.

Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). “Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan”. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.

- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pradipta, Hana. 2019. “Strategi Pengembangan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta sebagai Media Komunikasi Pendidikan”. Skripsi. Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra Universitas Ahmad Dahlan.
- Purnama, Hadi. Henri Bima Hartantyo. 2021. “Pengelolaan Media Sosial Museum Nasional Jakarta”. *e-Proceeding of Management* : Vol.8, No.5 Universitas Telkom.
- Qasim, A. (2018, July 12). *The origin of Instagram's name and concept*. Vocal Media.
- Rahma, A. A. R., Ardianti, H., & Firman, K. (2024). “Peran media sosial dalam dinamika sosial masyarakat kontemporer”. *Jurnal Komunikasi Digital dan Penyiaran Islam*, 1(2), 24–30.
- Rusata, T. (2019). “Aktivasi promosi pariwisata di media sosial: Studi kasus Kabupaten Belitung”. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(2), 277–292.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). “Komunikasi dan media sosial”. *The Messenger*, 3(2), 69.
- Suhardjo., (1979). “Penelitian Bidang Sejarah Rencana Pelestarian dan Pengembangan Benteng Vredeburg”, *Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada*, hlm. 20
- Susilawaty, N., et al. (2022). “Pengaruh Media Sosial Instagram @tmiiofficial Terhadap Minat Berkunjung ke TMII”. *Ilmu Komunikasi*, 1(5), 349-360.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Cetakan ke-empat). Andi.
- Watie, E. D. S. (2016). “Komunikasi dan media sosial (communications and social media)”. *The Messenger*, 3(2), 69-74
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic management and business policy: Toward global sustainability (15th ed., hlm. 5)*. Pearson.
- Widyakusuma, A., Rismawan A. (2023) “Kajian Nilai Budaya Tradisi pada Arsitektur Bangunan Adat Jawa Bangsal Kencono Keraton Yogyakarta”. *JURNAL TRAVE*, XXVII No.1

Yulianti, E. (2019). “Strategi promosi produk kerajinan batik di UKM Batik Sekar Jati, Bantul Yogyakarta”. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Repositori Universitas Negeri Yogyakarta.