DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, F. K., Rusmana, D. S. A., & Sadono, T. P. (2023). Pengaruh Konten Akun Instagram @swaragembira Terhadap Minat Berkain Followers. *Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, *1*(01), 268–274.

Akun Instagram @indonesianheritageagency. Instagram.Com. Retrieved November 19, 2024, from https://www.instagram.com/indonesianheritageagency/

Almunawaroh, A., & Djamhur, I. G. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Berkunjung Ke Museum Nasional Indonesia. *Jurnal Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, *3*, 243–251. https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.227

Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital*. Lakeisha.

Azaria, R. P. (2023). *Pengaruh Penggunaan Sosial Media Twitter Akun @sellkpopfess Terhadap Minat Berwirausaha Penggemar K-Pop*. Universitas Nasional.

Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat*, *2*. https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jam/article/view/7536/3106

Bungin, B. (2017). *Sosiologi Komunikasi* (9th ed.). Kencana.

Canggara, H. H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.

Dagun, S. M. (2006). *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).

Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Gunung Samudra.

Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja

Rosdakarya.

Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Paradigma*, *19*(2), 148–152.

Handoko, A. L. (2024). Analysis of Factors Affecting Desires Museum Visitting and Its Implications For Strategy Museum Marketing. *International Journal of Economic Literature (INJOLE)*, *2*(7), 1913–1925.

Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). CV Eureka Media Aksara.

Ismail, D. T. T. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Journal of Information and Library Science*, *12*(1), 37–47.

Kamilla, N. (2023). *Pengaruh Konten Akun Instagram @kejadiansmg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followersnya*. Universitas Semarang.

Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 20–26. https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/view/4466

Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia Explores The Country's Evolving Digital and Social Landscape*. We Are Social and Meltwater. https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/

Ketaren, T. S. (2024). *Indonesian Heritage Agency dan Transformasi Berkelanjutan Museum di Indonesia*. Nationalgeographic.Co.Id. https://nationalgeographic.grid.id/read/134105645/indonesian-heritage-agency-dan-transformasi-berkelanjutan-museum-di-indonesia?page=all#:~:text=Lahirnya Indonesian Heritage Agency (IHA,adalah misi-misi utama IHA.&text=Merevitalisasi museum dan cagar buda

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kusumawati, Y. (2022). *Strategi Pemasaran Objek Wisata Museum Trinil Di Desa Kawu Kecamatan Kedunggalar Kabupaten Ngawi*. Universitas Islam Raden Mas Said Surakarta.

Mardhani, S. A. (2012). *Busana Pesta Malam dengan Sumber Ide Tugu Bambu Runcing Pontianak dalam Pagelaran Busana New Light Heritage*. Universitas Negeri Yogyakarta.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Salemba Humanika.

Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP*, *4*(1), 1–15.

Mufid, M. (2005). *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Kencana.

Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.

Mutia, A. M., & Kristina, R. (2020). Pengaruh Instagram Sebagai Media Promosi Museum of Jakarta (Moja) Terhadap Minat Berkunjung (Survei Pada Followers Instagram Moja Art & Space). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur*, *4*(2), 1–8.

Nasrullah. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital*. Kencana.

Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif, Budaya dan Sosio Teknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Ningsih, C. (2021). Pengaruh Konten Instagram Hammersonic Fest Terhadap Minat Mengunjungi Event. *Jurnal Cyber PR*, *1*(1), 57–73.

Nisita, L. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth, dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc di Kota Surakarta*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*.

Kencana Prenadamedia Group.

Pandu. (2024). *Peluncuran Indonesian Heritage Agency*. Https://Kebudayaan.Kemdikbud.Go.Id. https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/peluncuran-indonesian-heritage-agency/

Perhumas. (2022). *50 Tahun PERHUMAS: Inspirasi Indonesia untuk Maju Bersama*. PT Elex Media Komputindo.

Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. PT Anak Hebat Indonesia.

Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS. Plus! Tata Cara Dan Tips Menyusun Skripsi Dalam Waktu Singkat*. PT. Buku Seru.

Rani, J. A. S. (2023). *Pengaruh Konten Instagram @realmobilelegendsid Terhadap Minat Beli Followers*. Universitas Semarang.

Riduwan. (2019). *Belajar Mudah Penelitian (Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula)*. Alfabeta.

Sadewo, K. (2022). *Tren Pariwisata Pasca Pandemi Berubah, Sandiaga Uno: Wisata Sejarah Makin Diminati*. Nusahits.Com. https://www.nusahits.com/wisata-hits/pr-6164235649/tren-priwisatapasca-pandemi-berubah-sandiaga-uno-wisata-sejarah-makindiminati?page=1

Safitri, D. (2024). *Kemendikbudristek Dipecah Jadi 3, Para Menteri Baru Akan Berkantor Di Mana?* Detik.Com. https://www.detik.com/edu/edutainment/d-7599789/kemendikbudristek-dipecah-jadi-3-para-menteri-baru-akan-berkantor-di-mana

Santoso, Amanda, P., Baihaqi, I., & Persada. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement : Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, *7*, 154–166.

Situs Website Indonesian Heritage Agency. (2024). Https://Iha.Kemdikbud.Go.Id/. https://iha.kemdikbud.go.id/about/

Sugita, Shakira, D., & Nuh, A. (2024). Intention to Visit Museum. *Inovasi Makro Ekonomi (IME)*, *6*(3), 30–42.

Suyoto, I., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Apple Store Kelapa Gading Jakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, *4*(6), 126–132.

Untari, D., & Fajriana, D. U. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, *2*(2), 271–278.

Wahyuni, S., Fourqoniah, F., & Arsyad, A. W. (2019). Pengaruh Konten Instagram @smrfoodies Terhadap Minat Beli Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *7*(1), 154–166.

Widodo, W. S. (2022). *6 Tren Pariwisata Pasca Pandemi Dan Peluang Bisnis Yang Bisa DiCoba*. Detik Travel. https://www.google.com/amp/s/travel.detik.com/travel-news/d-6234227/6-%0Atren-pariwisata-pasca-pandemi-dan-peluang-bisnis-yang-bisa-dicoba/amp

Yudhawasthi, C. M. (2022). Museum As a Health and Wellbeing Facilitator in Pandemic Era: a Perspective From Museum Communication. *Jurnal Scriptura*, *12*(1), 1–12. https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.1-12

Zakira, D. M. A. (2017). Mahasiswa Dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga). *Jurnal S1 Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*, 1–21.