

DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko RR Stuff di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa FEBI)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Amalia, A. D. (2024). *Strategi Promosi Museum Sonobudoyo Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Event Pameran Temporer Abhinaya Karya 2023*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Arininta, S. E. W. (2023). *Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan pada Museum Nasional Indonesia*. 2(1), 334–341.
- Ariyani, P. M. (2023). Efektivitas Promosi Museum Benteng Vredeburg Melalui Media Sosial Instagram@ Museum. Benteng. Vredeburg Dengan Analisis *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 19(1), 9–23.
<https://doi.org/10.53691/jpi.v19i1.309>
- Ayu Dyar. (2023)“9 Pameran dan Konser di Jogja Desember Tutup Tahun Baru dengan Seru”. <https://jogja.idntimes.com/travel/destination/dyar-ayu-1/pameran-dan-konser-di-jogja-desember-2023-c1c2?page=all>
- Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). “Pembukaan Pameran Warisan Budaya Takbenda Indonesia dan Pameran Temporer Museum Gunung Api Merapi “Sleman Berbudaya Trapsila” Diadakan di Aula Museum Monjali. <https://budaya.jogjaprov.go.id/berita/detail/1630-pembukaan-pameran-warisan-budaya-takbenda-indonesia-dan-pameran-temporer-museum-gunung-api-merapi-sleman-berbudaya-trapsila-diadakan-di-aula-museum-monjali#:~:text=Acara%20pembukaan%20Pameran%20Warisan%20Budaya,aula%20Museum%20Monumen%20Yogya%20Kembali>
- Gelles Auni. (2017). Putting the “social” in social media : Interactive new media for museums. *The Museum Review*, 2.
https://themuseumreviewjournal.wordpress.com/2017/11/07/tmr_vol2no1_gelles/
- Ghalisthan Rizki AL. (2023). *Efektivitas Penggunaan Fitur Reels Di Instagram Dalam Meningkatkan Brand Recognition (Studi Pada Followers Instagram @luxxestudi)*. Universitas Lampung.
- Ghozali Imam. (2011). Analisis multivariate program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro, 447.
- Greenhill, E. H. (2000). *Museums and the Interpretation Of Visual Culture*.
- Harmizar, Z. (2006). *Menggali Potensi Wirausaha : studi kelayakan bisnis/proyek*.

- Hidayah Kurniatul. (2023). *Museum Sonobudoyo Angkat Sosok Ibu dalam Pameran Abhinaya Karya 2023*. Tribun Jogja. Jogja.tribunnews.com
- ICOM. (2022). *Definisi Museum*. ICOM.
<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225.
<https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Kartini, Juwita, S., Nisya, S., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun : Jurnal Perpustakaan Dan Informasi, Penelitian Kepustakaan*, 20–26.
- Koke, J. (2017). *From consultation to collaboration : Mechanisms for integrating community voices into exhibition development*.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing management* (15 ed., gl). Pearson Education.
- Lagorio-Chafkin, C. (2011). Kevin Systrom and Mike Krieger, Founders of Instagram. Inc. <https://www.inc.com/30under30/2011/profile-kevin-systrom-mike-krieger-founders-instagram.html>
- Mulyadi, M. (2012). RISET DESAIN DALAM METODOLOGI PENELITIAN Mohammad Mulyadi (. *Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 71–80.
- Museum UGM. (2023) “2023 – Karya Koenadi Hardjasoemantri”
<https://museum.ugm.ac.id/pameran-temporer/2023-karsa-karya-koenadi-hardjasoemantri/>
- Mpi. (2023). ”Pameran Temporer Museologi 2023 Mystic Metropolis : Utopian Yogyakarta”. https://mpi.uny.ac.id/berita/pameran-temporer-museologi-2023-mystic-metropolis-utopian-yogyakarta?utm_source
- Nadia Baiq. (2023). Catatan Kuratorial. In N. Baiq (Ed.), *Abhinaya Karya 2023* (Kamala Pad, pp. 17–22). Sonobudoyo.
- Narimawati Umi. (2007). Riset Sumber daya manusia. *Jakarta : Agung Media*.
- Naseng, J. A., Riana, N., & Fajri, K. (2023). Pengaruh Persepsi dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung ke Museum Konferensi Asia Afrika Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 214–233.
<https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.272>
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 8(2), 177–1828. <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Nurani, A. (2009). Pameran Museum Sebagai Media Komunikasi : *Berkala Arkeologi Tahun XXIX*, 100–114.
- Nuraini Latifa. (2023) “Narawandira: Inspirasi Konservasi dari Keraton Yogyakarta”. <https://www.forestdigest.com/detail/2437/narawindra-keraton->

yogyakarta

- Pintanika, N. P. (2023). *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @Sonobudoyo Terhadap Minat Berkunjung ke Atraksi Pertunjukan Kesenian Museum Sonobudoyo*.
- Parwanto Dyan. (2023). *Maknai Masa Perjuangan Revolusi Pada Vredeburg Fair 2023*. <https://www.rri.co.id/yogyakarta/daerah/370687/maknai-masa-perjuangan-revolusi-pada-vredeburg-fair>
- Pranawati, H. (2022). *Pengelolaan Media Sosial oleh Museum di Yogyakarta*
- Priyatno Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*.
- Putra Roby. (2023). "Pameran Temporer AMEX 2023 Ceritakan Interkoneksi Budaya Nusantara di Asia Tenggara". <https://www.krjogja.com/seni-budaya/1243260268/pameran-temporer-amex-2023-ceritakan-interkoneksi-budaya-nusantara-di-asia-tenggara>
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Sage. (2017). *Communication in the 21st Century*.
- Sari, N. B. A., Widhihatmini., & Ardian Utomo Setio, Utari Tituk, W. D. (2023). Strategi Konten Instagram Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Pekommas*, 8(2), 231–242.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Sokolowsky Jennifer. (2017). *Art in the Instagram age: How social media is shaping art and how you experience it*. The Seattle Times. <https://www.seattletimes.com/entertainment/visual-arts/art-in-the-instagram-age-how-social-media-is-shaping-art-and-how-you-experience-it/>
- Solis Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate and Measure Success in the Web*.
- Sonobudoyo. (2021). *Benda Koleksi Museum Sonobudoyo*. Sonobudoyo. <https://sonobudoyo.jogjaprovo.go.id/id/museum/benda-koleksi>
- Sonobudoyo. (2021). *Sejarah Museum Sonobudoyo*. Sonobudoyo. <https://sonobudoyo.jogjaprovo.go.id/id/museum/sejarah>
- Stella, S. (2023). *Pameran Abhinaya Karya 2023 di Museum Negeri Sonobudoyo*. Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://budaya.jogjaprovo.go.id/berita/detail/1529-pameran-abhinaya-karya->

2023-di-museum-negeri-sonobudoyo

- Subamas, B. (2005). Pengelolaan Pameran di Museum: Upaya Membangun Kepentingan Publik. *Makalah Diskusi Di Museum Sri Baduga*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.).
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1, 47–56.
- Talib, Y. Y. A., & Saat, R. M. (2017). Social proof in social media shopping: An experimental design research. *SHS Web of Conferences*, 34, 02005. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173402005>
- Tanudirjo, D. A. (2007). “Museum Sebagai Mitra Pendidik.” *Museografia, Majalah Ilmu Permuseuman*, 1, 15–32.
- Tanudirjo, D. A. (2023). *Keynote Speech dalam Brown Bag Seminar To Sail Along The Coast, To Find a New Home*.
- Tjahjono, P. (2004). Makalah dalam Pelatihan Pengelolaan Sumberdaya Arkeologi Tingkat Dasar Trowulan. *Arkeologi Publik*.
- We Are Social. (2024). *Digital 2023 Indonesia*. We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Wijaya, K. P. (2023). Feed Instagram Sebagai Upaya Penguatan Branding Dalam Industri Kreatif. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 6, 327–336.
- Wikaningtyas, M. I., & Wijayanti, N. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Museum Sonobudoyo. *Analisis “Jurnal Bisnis Dan Akuntansi,”* 20(1), 85–97.
- Wulandari, A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 5(2), 242–246. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v5i2.4321>