

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, N. M., & Muslim, S. (2025). Analisis keterbukaan informasi publik di era digital pada Museum Brawijaya Malang. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 4471–4492. <https://doi.org/10.63822/6se7wt32>
- Amalia, T., Rosmini, J. M., Prijana, & Silvana, T. (2024). Kolaborasi Museum Geologi dan Sekolah Vokasi ULBI dalam modeling digital pengelolaan data koleksi. *PUBLIS Journal: Publication Library and Information Science*, 8(2), 175–185. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS>
- Ambaroh, H. (2025). *Strategi komunikasi konten Instagram Museum Sumpah Pemuda dalam meningkatkan kunjungan* Skripsi, Universitas Bina Sarana Informatika.
- Ariyani, P. M., Winoto, Y., & Rodiah, S. (2023). Efektivitas promosi Museum Benteng Vredeburg melalui media sosial Instagram @museum.benteng.vredeburg dengan analisis model ATR. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 19(1), 9–23. <https://doi.org/10.53691/jpi.v19i1.309>
- Arininta, S., & Widiati, E. (2023). Penggunaan Instagram dalam meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan pada Museum Nasional Indonesia. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 334–341. <https://jurnal.penerbitseval.com/jurnal/index.php/kompeten/article/view/44>
- Brown Jarreau, P., Dahmen, N. S., & Jones, E. (2019). Instagram and the science museum: A missed opportunity for public engagement. *Journal of Science Communication*, 18(2), A06. <https://doi.org/10.22323/2.18020206>
- DataReportal. (2026). *Digital 2026: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Dewi, M. M & Nabil, N. (2026). *Inovasi Digital Musrenbang Rukun Tetangga: Praktik Co-Creation Governance di Kota Magelang*. *Jurnal InterAct*, 15(1). <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>
- Desari, F., & Husna, J. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sumber Informasi Kegiatan Untuk Pemustaka Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Daerah Kabupaten Wonosobo. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 8(4), 591-612.

- Emilia, S., & Sumarlan, I. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Muhammadiyah untuk Meningkatkan Minat Pengunjung melalui Instagram. *J. Interak. J. Ilmu Komun*, 9(1), 160-171.
- Force, D. (2024). "What the heck am I looking at?": A user-based examination of the metadata associated with digital archival objects. *Journal of Contemporary Archival Studies*, 11(1), Artikel 8. <https://elischolar.library.yale.edu/jcas/vol11/iss1/8>
- Guo, P. J., Kim, J., & Rubin, R. (2014). How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos. In *Proceedings of the First ACM Conference on Learning @ Scale* (pp. 41–50). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2556325.2566239>
- Hakim, H. I., Maura, G., Polin, I., & Irwansyah. (2024). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi bagi kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(24.2), 489–505. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14620025>
- Husna, J. (2019). Peran pustakawan sebagai kreator konten digital. *ANUVA: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 3(2), 173–184.
- International Council of Museums (ICOM). (2022). *ICOM approves a new museum definition*. Diakses pada 30 Desember 2025, melalui <https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/>
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis engagement rate pada Instagram Universitas Lancang Kuning. *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 390–399. <https://doi.org/10.31849/zn.v6i2.17904>
- Kadiasti, R., & Mukaromah, M. (2022). Pendekatan AISAS dalam post Instagram carousel sebagai strategi promosi pada Museum Ranggawarsita. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 79–89. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v15i1.2586>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

- Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia. (t.t.). *Museum Jawa Tengah Ranggawarsita*. Diakses melalui <https://museum.kemenbud.go.id/museum/profile/museum+jawa+tengah+ranggawarsita>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Mayer, R. E., & Moreno, R. (2003). Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning. *Educational Psychologist*, 38(1), 43–52. https://doi.org/10.1207/S15326985EP3801_6
- Nurchayani, D., Erwina, W., & Samson, C. M. S. (2026). Media sosial sebagai strategi pemasaran informasi Museum Sonobudoyo. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 8(2), 395–406. <https://doi.org/10.30998/yn482n20>
- Nurhayati Dewi, Laela. (2026, 10 Maret). Wawancara pribadi.
- Pradhipta, Yanuar. (2026, 25 Mei). Wawancara pribadi.
- Perdana, F., & Sinaga, D. (2024). Manajemen lembaga informasi di Museum Gedung Sate Bandung. *Kabuyutan: Jurnal Kajian Ilmu Sosial dan Humaniora Berbasis Kearifan Lokal*, 3(2), 111–114. <https://doi.org/10.61296/kabuyutan.v3i2.257>
- Rodríguez-Vera, A. D. P., De Las Heras-Pedrosa, C., & Jambrino-Maldonado, C. (2024). Instagram communication strategies of European museums. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1), 2360793. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2360793>
- Saptiyono, A., & Aprinta E.B, G. (2024). Analisis strategi konten promosi akun Instagram @museumranggawarsita dalam meningkatkan kunjungan. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3129–3138. <https://doi.org/10.33758/mbi.v18i12.874>
- Saputro, R. A., & Fitri, M. (2022). Pemanfaatan foto dan arsip sebagai sumber pembelajaran sejarah. *Kalpataru: Jurnal Sejarah dan Pembelajaran Sejarah*, 7(2), 126–134. <https://doi.org/10.31851/kalpataru.v7i2.7160>
- Setiamihardja, H. A., Koswara, I., & Subekti, P. (2025). Optimalisasi peran audiovisual di Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan pemahaman

- pengunjung terhadap edukasi geologi. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(6). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i6.59889>
- Setyaningsih, L. (2024). IMPLEMENTASI TREN MEDIA SOSIAL 'MUSEUM DATE' DALAM TATA PAMER DAN PENGEMBANGAN PROGRAM MUSEUM PRASEJARAH SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KUNJUNGAN GEN-Z. *Konferensi Nasional Prasejarah Indonesia 2024*, 167-176.
- Sufa, F. F., & Priatna, W. B. (2026). Diseminasi informasi dan promosi melalui Instagram @kebunraya_id. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 9(1), 131–144. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v9i1.6176>
- Sutirman. (2015). Urgensi manajemen arsip elektronik. Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi, 13(1), 96–109. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v13i1.7861>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan. (2009). <https://jdih.anri.go.id/peraturan/undang-undang-no-43-tahun-2009>
- Wulandari, A., Pradana, Y., Mahadian, A. B., Qathrunnada, Z., & Santi, A. E. (2026). Penguatan promosi Kampung Adat Miduana melalui pelatihan storytelling dan editing video pendek. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 6(1), 565–574. <https://dmi-journals.org/jai/article/download/2874/2131>
- Zingone, M. (2019). Instagram as digital communication tool for the museums: A reflection on perspectives and opportunities through the analysis of the profiles of Louvre Museum and Metropolitan Museum of New York. *European Journal of Social Science Education and Research*, 6, 53-63.