

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO. *Neraca Manajemen, Ekonomi*.
- Annur, C. M. (2024, March 1). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Ciputra. (2024). *Tentang Ciputra Artpreneur*. Diambil kembali dari Ciputra: <https://www.ciputra.com/id/seni-2/>
- Ciputra Artpreneur. (2020). *Tentang Ciputra Artpreneur*. Diambil kembali dari Ciputra Artpreneur: <https://www.ciputraartpreneur.com/about-us>
- Ciputra Grup. (2024). *Tentang Ciputra*. Diambil kembali dari Ciputra Grup: <https://www.ciputra.com/id/perusahaan/>
- Fahmi. (2023, April 04). *Bangkit dari Pandemi Covid 19, Pengunjung Museum Nasional 2022 Tembus 399.220 orang*. Diambil kembali dari Museum Nasional Indonesia: <https://www.museumnasional.or.id/4837/#:~:text=Bangkit%20dari%20Pandemi%20Covid%2019,399.220%20orang%20%2D%20Museum%20Nasional%20Indonesia>
- Handley, A. (2014). *Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content*. Wiley.
- Intan, P. (2023, Agustus 24). *Cerita Pengunjung yang Selalu Puas Main ke Museum MACAN*. Diambil kembali dari detik travel: <https://travel.detik.com/travel-news/d-6892471/cerita-pengunjung-yang-selalu-puas-main-ke-museum-macan>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press.
- Khanom, M. T. (2023). Using social media marketing in the digital era: A necessity or a choice. *Research in Business & Social Science*.
- Kompas. (2022, November 16). *5 Platform Sosial Media yang Efektif untuk Mempromosikan Bisnis*. Diambil kembali dari Kompas: <https://buku.kompas.com/read/2822/5-platform-sosial-media-yang-efektif-untuk-mempromosikan-bisnis>
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. Pearson.

- Kotler, P., Kartajaya, & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Journal of Management and Social Sciences (JMSS)*, 2-6.
- Pratiwi, A. M., & Mahdiah. (2020). Special Event Sebagai Sarana Meningkatkan Citra Panasonic Beauty. *COMMENTATE : Journal of Communication Management*.
- Riyanto, A. D. (2024, Februari 21). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Diambil kembali dari Hootsuite:
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Rose, R., & Pulizzi, J. (2011). *Managing Content Marketing: The Real-World Guide for Creating Passionate Subscribers to Your Brand*. MI Books, Division of Z Squared Media, LLC.
- Sihombing, Y. (2023, April 20). *Drama Musikal untuk Pengunjung TMII saat Libur Lebaran*. Diambil kembali dari Radio Republik Indonesia:
<https://www.rri.co.id/lampung/wisata/218097/drama-musikal-untuk-pengunjung-tmii-saat-libur-lebaran>
- Yovanka, C. (2021, November 8). *Karakteristik Platform Media Sosial dari Facebook sampai TikTok*. Diambil kembali dari Briefer:
<https://stories.briefer.id/2021/11/08/mengenal-karakter-platform-media-sosial/>
- Zuraya, N. (2022, Oktober 12). *Generasi Milenial Dominasi Jumlah Pengunjung Museum Nasional Indonesia*. Diambil kembali dari Republika:
<https://news.republika.co.id/berita/rjnbzn383/generasi-milenial-dominasi-jumlah-pengunjung-museum-nasional-indonesia>