

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, N.S., Veronika, R.2019. Strategi Pemasaran Benteng Fort Rotterdam sebagai Green Tourism Berbasis Kearifan Lokal di Makassar. *Jurnal Strategic Pendidikan Manajemen Bisnis*, 19 (2), 52-63. DOI: <https://doi.org/10.17509/strategic.v19i2.20225> .
- Anandhyta, A. R., & Kinseng, R. A. (2020). Hubungan tingkat partisipasi dengan tingkat kesejahteraan masyarakat dalam pengembangan wisata pesisir. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 68–81. DOI: <https://doi.org/10.22146/jnp.60398>
- Anderson, G. (2012). *Reinventing the Museum: The Evolving Conversation on the Paradigm Shift*. AltaMira Press.
- Anderson, L. M., & Taylor, R. L. (1995). *McCarthy's 4Ps: Timeworn or time-tested? Journal of Marketing Theory and Practice*, 3(3), 1–9. DOI: <https://doi.org/10.1080/10696679.1995.11501691>
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT: Strategi pengembangan SDM, strategi bisnis, dan strategi MSDM (suatu kajian studi literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. DIO: <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588>
- Asosiasi Museum Indonesia. (2021). *Laporan Dampak COVID-19 terhadap Museum di Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Museum Indonesia.
- Barlian,E. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Bondarenko, V. A., Efremenko, I. N., & Larionov, V. A. (2019). Marketing strategy for hotel and tourist complex companies. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(Special 1), 388–394. DOI: <https://doi.org/10.35808/ijebe/283>
- Borden, N. H. (1964). The Concept of the Marketing Mix. *Journal of Advertising Research*, 4(2), 2–7. DOI: <https://doi.org/10.1080/00218499.1964.12519724>

- Dean, D. 1994. *Museum Exhibition: Theory and Practice*. London: Routledge.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon. 2024. *Data Pengunjung Museum Topeng Cirebon periode September 2024-Agustus 2025*. Cirebon: Disbudpar Kota Cirebon.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon. 2024. *Statistik Pariwisata Kota Cirebon 2024*. Cirebon: Disbudpar Kota Cirebon.
- Erislan, S. T. 2024. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Makasar: Mitra Ilmu.
- Falk, J.H., & Dierking, L.D.2012. *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek: Left Coast Press.
- Fanny, Y. (2017). *Pengembangan Objek Wisata Berbasis Lokal (Studi Kasus: Mega Mendung, Nagari Singgalang)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Ginting, M. M., Sukana, M., & Ariwangsa, I. M. B. (2024). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Nusantara ke Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara (Museum MACAN), Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(3), 399–407. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10639544>
- Habibillah, S. I., Utomo, I. W., & Emeilia, R. I. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai media informasi Humas Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta – Paramita Jaya. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 4(2), 43–50. <https://doi.org/10.31294/jpr.v4i2.2357>
- Hafiz Zulkifli, M. A., Abu Bakar, M. S., & Hamidon, N. A. (2019). Museum exhibition marketing strategy: a case study of the Malaysian Islamic Art Museum. In *Forum Komunikasi (FK)* (Vol. 14, No. 2, pp. 64-90). Faculty of Communication and Media Studies, Universiti Teknologi MARA. <https://forumkomunikasi.uitm.edu.my>
- Hamidon, N. A., Zulkifli, M. A. H., & Bakar, M. S. A. (2019). Strategi pemasaran pameran muzium: Kajian kes Muzium Kesenian Islam Malaysia. *Forum Komunikasi*, 14(2), 64–90. DOI:

[https://forumkomunikasi.uitm.edu.my/images/FK2019Vol14No2/Chapter4/Chapter\\_4.pdf](https://forumkomunikasi.uitm.edu.my/images/FK2019Vol14No2/Chapter4/Chapter_4.pdf)

- Hereyah, Y., & Rastri Kusumaningrum. (2019). Proses destination branding dalam membentuk citra tujuan wisata museum Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 9(2). DOI: <https://doi.org/10.34010/jipsi.v9i2.2466>
- Huxham, C., & Vangen, S.2005. *Managing to Collaborate: The Theory and Practice of Collaborative Advantage*. London: Routledge.
- Inkiriwang, R. R., Singal, R., & Roeroe, J. V. (2020). Kewajiban negara dalam penyediaan fasilitas pendidikan kepada masyarakat menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. *Jurnal Lex Privatum*, 8(2), 143–152.
- Janes, R.R., & Sandell, R. 2019. *Museum Management and Marketing*. London: Routledge.
- Junaid, I., Ilham, M. D. M., & Saharuna, M. Y. (2022). Model pengembangan interpretasi pariwisata edukasi di Museum Kota Makassar. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 16(2), 216–236. DOI: <https://doi.org/10.47608/jki.v16i22022.216-236>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. 2023. *Panduan Wisata Edukasi*. Jakarta: Kemendikbudristek.
- Kotler, N., Kotler, P., & Kotler, W. 2008. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources (2<sup>nd</sup> ed.)*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S.2024. *Principles Of Marketing (19<sup>th</sup> ed.)*. New York: Pearson.
- Litta, R., & Veronica, V. (2025). Analisis strategi pemasaran Museum Layang-Layang Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. *JIIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(7). <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i7.8643>

- Lubis, E. H., Nasution, A. R., Sipahutar, J. N., Rina, Handani, T., Akmalia, U., & Septian, Y. (2024). Literature study: *Pengaruh strategi perencanaan terhadap efektivitas pembangunan nasional*. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2). DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v9i2.22534>
- Maesaroh, R.2019. *Dampak citra destinasi, kualitas pelayanan dan harapan wisatawan wisata ziarah Banten Lama terhadap kepuasan wisatawan*. Bogor: Guepedia.
- Masrin, I., & Akmalia, O. K. (2019). Strategi pemasaran untuk meningkatkan kedatangan wisatawan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 204-216. DOI: <https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2921>
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). Analisis Swot dalam membuat keputusan dan mengambil kebijakan yang tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33-44. DOI: <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>
- Museum Topeng Cirebon.2024. *Dokumen Strategi Edukasi, Pameran, dan Kerja Sama Museum*. Cirebon: Museum Topeng Cirebon.
- Museum Topeng Cirebon.2024. *Struktur Organisasi Museum Topeng Cirebon*. Cirebon: Museum Topeng Cirebon.
- Nugroho, D. S. (2019). *Analisis kepuasan wisatawan dengan pendekatan bauran pemasaran di Desa Wisata Rumah Dhome*. *Media Wisata*, 17(2), 120–130. DIO: <https://doi.org/10.36276/mws.v17i2>
- Nur, D., Sustiyo, A., Setiawati, L., & Khoerunnisa, L. “Analisis Strategi Promosi Museum Pos Indonesia”. *Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, 2024. Adzki, D., Setiawati, L., & Khoerunnisa, L. (2024). *Analisis strategi promosi Museum Pos Indonesia*. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, 8(2), 506–517. <https://doi.org/10.17977/um008v8i22024p506-517>
- Nyoman, S. P.2003. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Universitas Udayana Press.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2012 tentang Permuseuman.
- Petra, K., & Sarudin, R. (2025). Analisis Persepsi Wisatawan terhadap Minat Berkunjung di Museum Tekstil Jakarta Barat. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(7), 8744-8751. DOI: <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i7.9207>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.
- Rachmad, Y., Rijal, S., Niswaty, C. R., & et al. (2014). *Pengantar pariwisata*. Makassar: CV. Eureka Media Aksara.
- Rangkuti, F.2008. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F.2015. *Personal SWOT Analysis: Peluang Di Balik Setiap Kesulitan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, S., Azis, M., & Putera, A.2021. *Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Rizky, M., & Ratnasari, K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3, 405–413. DOI: <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.248>
- Sadzali, A. M. (2014). *Museum untuk kebangkitan maritim Indonesia: Kajian kritis komunikasi museum bertema maritim di Indonesia* (Tesis magister, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia).
- Setyorini, H., Effendi, M. U., & Santoso, I. (2017). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT dan QSPM (studi kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53. DOI: <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Spillane, J. J. 1993. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

- Suarto, E. (2017). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*, 3(1).
- Sudiantini, D., & Hadita, S. P. 2022. *Manajemen Strategi*. Purwokerto. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. 2023. *Strategi Pemasaran*. Makasar: Intelektual Karya Karya.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, S. (2019). Minat Kunjungan Wisatawan Museum Gunungapi Merapi. *Media Wisata*, 17(1),
- Suprpto, A. (2005). *Analisis Penawaran Dan Permintaan Wisata Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Di Keraton Surakarta Hadiningrat* (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Supriadi, B., & Roedjinandari, N. (2017). *Perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata*. Universitas Negeri Malang.
- Suri, L. A. (2019). *Pembangunan objek wisata berbasis komunitas lokal pada Jorong Kaluang Tapi, Nagari Koto Tangah, Kecamatan Tiltang Kamang, Kabupaten Agam*. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 5(2), 74–86. DOI: <https://doi.org/10.25077/jsa.5.2.74-86.2019>
- Sutiksno, D. U., Revida, E., Munsarif, M., Simarmata, H. M. P., Saputra, D. H., Purnomo, A., Sudirman, A., Sisca., Napitupulu, D., & Purba, S. (2020). *Tourism marketing*. Yayasan Kita Menulis.
- The Ecotourism Society.1990. *Definition of Ecotourism*. Vermont: The Ecotourism Society.
- Tulis, C., & Wijaya, L. S. (2019). Strategi marketing public relations dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Kepulauan Talaud-Sulawesi Utara. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 5(1), 107-117. DOI: <https://doi.org/10.10358/jk.v5i1.586>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya.

UNWTO. 2023. *Tourism Highlights 2023 Edition*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO. 2024. *Global Tourism Trends Report 2024*. Madrid: World Tourism Organization.

Veronica, V., & Rivabelle, E. (2024). Peranan Aerotravel Dalam Mendukung Keberlanjutan Pariwisata Sebagai Biro Perjalanan Wisata. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 18(2), 139-155. DOI: <http://dx.doi.org/10.47256/kji.v18i2.513>

Yoeti, A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Angkasa.