

DAFTAR PUSTAKA

- Achyarsyah, M., Rubini, R. A., Hendrayati, H., & Laelia, N. (2020). STRATEGI PENINGKATAN KUNJUNGAN MUSEUM DI ERA COVID-19 MELALUI VIRTUAL MUSEUM NASIONAL INDONESIA. In *Journal IMAGE* | (Vol. 9, Issue 1).
<https://www.museumnasional.or.id/virtual->
- Al Furqan, M. I., & Ritonga, D. P. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAH PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA PULAU DUA TAHUN 2022. *Jurnal Psikotes*, 1(1), 33–40.
<https://doi.org/10.59548/ps.v1i1.117>
- Amanda, S. R., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2024). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA BENCANA BERBASIS STORYNOMIC PADA MUSEUM TSUNAMI ACEH. *Jurnal Komunikasi Global*, 13(1), 96–125.
- Arif, M., Shinta, F., Chaarnaillan, A., Saudi, A., Rustam, R., & Hanifaturrahmi, H. (2023). KOMUNIKASI PERUBAHAN PERILAKU MELALUI PENDEKATAN S-O-R (STIMULUS, ORGANISM & RESPONSE) DALAM PENANGGULANGAN STUNTING DI KELURAHAN TANJUNG RHU. *Ensiklopedi of Journal*, 5(2).
<http://jurnal.ensiklopediaku.org>
- Arifin, Z., Octaviani, V., & Sari, S. (2024). Pola Komunikasi Dalam Pemberian Sanksi Adat Terhadap Manajemen Komunikasi Pariwisata Di Desa Bukit Kabupaten Bengkulu Tengah (Studi Pada Wisata Air Terjun Curug Cay Desa Bukit Kecamatan Semidang Lagan Kabupaten Bengkulu Tengah). In *Jurnal Professional* (Vol. 11, Issue 2).
- Ariyani, P. M. (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>
- Armando, N. M. (2019). *Psikologi Komunikasi* (3rd ed.). Universitas Terbuka.
- Awani, A. R. M., Pauji, R. R., & Hildansyah, I. (2024). Pengelolaan Koleksi Di Museum Sri Baduga Bandung Guna Memenuhi Instrumen Standarisasi Museum. *Jurnal Pabukon*, 1(1), 49–63.
- Bungin, B. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, serta ilmu-ilmu sosial lainnya* (2nd ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (5th ed.). Rajawali Pers.

- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Da Lopez, V. M., Jusuf, E., & Juanim. (2024). Strategi Branding Kota Kupang Melalui Pendekatan Memorable Tourism Experience dan Tourism Product Characteristics. In *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 13, Issue 2). Viktorianus Mahendra Da Lopez.
- Fajar Wulandari, Y., Caesariano, L., & Bastian, Y. (2021). Virtual Tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum Kehutanan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Media Penyiaran*, 1(1), 9–15.
- Hidayatullah, H., & Rajiyem. (2024). Analysis City Branding Lamongan Megilan as Marketing Communications of Region: Case Study On oamongan Government. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 211–223.
- ICOM. (2022). *Museum Definition*.
- Janah, N. R., Istiqomah, Y., & Setiawati, L. (2024). Analisis Framework Stimulus Organism Response (SOR) pada Live Streaming Marketplace terhadap Keputusan Pembelian di LAF Project. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 04(05), 71–83.
- Jiang, S., Zhang, Z., Xu, H., & Pan, Y. (2024). What Influences Users' Continuous Behavioral Intention in Cultural Heritage Virtual Tourism: Integrating Experience Economy Theory and Stimulus–Organism–Response (SOR) Model. *Sustainability*, 16(23), 10231. <https://doi.org/10.3390/su162310231>
- Kadek, L., Martini, B., Widiastuti, N. P., Sri, K., Prabawathi, W., Tinggi, S., & Runata, B. (2023). DIGITAL MARKETING DAN PERANAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH SERTA INOVASI PRODUK PARIWISATA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN DI MUSEUM GEOPARK BATUR KINTAMANI. In *Journal of Applied Management Studies (JAMMS)* (Vol. 4, Issue 2).
- Kristiutami, Y. P., Dewi, D. P., Syarifuddin, D., Pariwiata, A., Sarana, B., Bandung, I., Stp,), & Internasional, A. (2020). PENGARUH PENGALAMAN MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM SRI BADUGA. In *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan* (Vol. 3, Issue 2). <https://jurnal.akparda.ac.id/>
- Maharani, A., Misnawati, D., & Ardian, B. (2024). KOMUNIKASI WISATA SEJARAH DAN BUDAYA DI SITUS MEGALITIKUM TINGGI HARI 1 KABUPATEN LAHAT. *Nivendana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 5(1), 45–51.
- Manjillatul Urba, Annisa Ramadhani, Arikah Putri Afriani, & Ade Suryanda. (2024). Generasi Z: Apa Gaya Belajar yang Ideal di Era Serba Digital?

- DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 50–56.
<https://doi.org/10.54259/diajar.v3i1.2265>
- Maranisya, U., & Rahma, R. M. (2024). Pengaruh Preferensi Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Gen Z Di Museum Macan. *Journal of Student Research*, 2(2), 167–173. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i2.2840>
- Ma'ruf Misbah, M., & Arifin, F. (2022). Doing Historical Research in Museum and Digital Museum. *Socio Historica*, 2022(2).
<https://doi.org/10.15408/sc.v1i2.26075>
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psycholog*. MIT Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Mukti, K. A., & Santosa, S. B. (2023). APLIKASI MODEL S-O-R PADA ANALISIS PENGARUH E-WOM MELALUI SOCIAL MEDIA INFLUENCER, CELEBRITY ENDORSEMENT, DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada konsumen produk Erigo melalui S-commerce TikTok Shop). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 12(4), 13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nabillah, S., Rabbani, N., Dan, S., & Rohimah, I. (2024). REVOLUSI TEKNOLOGI: IMPLEMENTASI MUSEUM TEKNOLOGI DALAM MENCIPTAKAN PARIWISATA INTERAKTIF DI ERA SOCIETY 5.0 Technological Revolution: Implementation Of Technology Museum In Creating Interactive Tourism By Era Society 5.0. *Jurnal Pesona Pariwisata*, 3(1), 26–32.
- Nugraha, R. N., Rosa, P. D., Ivanka, M., & Abstrak, U. N. (2023). Metaverse Tourism Sebagai Strategi Promosi Wisata Museum Bank Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 731–744.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7901659>
- Nurmusthafa, N., Lusiana, E., & Samson. (2024). Preservasi Naskah Kuno Babad Banten di Museum Sri Baduga. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11375–11388.
- Parry, R. (2007). *Recoding the Museum: Digital Heritage and the Technologies of Change*. Routledge.
- Paschou, S., & Papaioannou, G. (2023). Exploring the Digital Atmosphere of Museums: Perspectives and Potential. *Technologies*, 11(5), 149.
<https://doi.org/10.3390/technologies11050149>

- Putri, N. H., Al Husain, A. H., & Seprina, W. O. (2024). Manajemen Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota dalam Membranding Lembah Harau sebagai Kawasan Geopark Harau. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 463–479. <https://doi.org/10.30596/ji.v8i2.20263>
- Rakhmat, J. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Simbiosis.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Riska Lula Devi, Ukon Furkon Sukanda, & Ajeng Pradesti. (2024). Analisis Stimulus-Organism-Response dalam Komunikasi Persuasif Pendamping Program Pengembangan Karakter. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(6). <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i6.4895>
- Rodrigues, P., Sousa, A., & Pinto Borges, A. (2024). Generation Z's attitudes toward virtual tourism: the impact of implicit and explicit attitudes. *EuroMed Journal of Business*, 19(1), 21–45. <https://doi.org/10.1108/EMJB-05-2023-0135>
- Romadhan, M. I., Cahyo, B., & Pradana, S. A. (2023). Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Adat Segunung Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. In *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 12, Issue 2).
- Rosyana, B., Sundawa, D., & Ruhimat, M. (2019). Sri Baduga Museum as a Source For Social Learning in The Material of People Existence in Hindu-Buddhism Period. In *International Journal Pedagogy of Social Studies* (Vol. 4, Issue 1).
- Salam, N. E., Yasir, Firdaus, M., Awza, R., & Lubis, E. E. (2024). Komunikasi Pariwisata Berbasis Komunitas untuk Pengembangan Desa Wisata Budaya di Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis. *JURKOM: Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 159–174.
- Shaula Keumala, Haryadi Darmawan, & Tatang Sopian. (2022). INFLUENCE OF VIRTUAL TOUR ON VISIT INTENTION IN NATIONAL MUSEUM OF INDONESIA. *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 1(01), 12–22. <https://doi.org/10.34013/ijscot.v1i01.770>
- Sintyawati, A. D., Saroh, S., & Widayawati, E. (2024). STRATEGI BRANDING SEBAGAI UPAYA MENARIK MINAT KUNJUNGAN ULANG WISATAWAN (Studi pada The Bagong Adventure Museum Tubuh Jawa Timur Park Group). In *JLAGABI* (Vol. 13, Issue 2).
- Solehat, M. S., Erwina, W., & Samson. (2024). KEGIATAN PRESERVASI NASKAH KUNO MUSEUM SRI BADUGA KOTA BANDUNG. *JUKIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 138–143. <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i01>

- Stevenson, E. S., Ardiansyah, I., & Stevenson, S. (2024). THE INFLUENCE OF DIGITAL TOURISM ON INTEREST IN VISITING TOURISTS AT THE DIGITAL MUSEUM GEDUNG JUANG 45 BEKASI PENGARUH DIGITAL TOURISM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI MUSEUM DIGITAL GEDUNG JUANG 45 BEKASI. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1). <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Syafa, H., & Fadliyah, I. (2024). MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PARIWISATA DESTINASI ALAM DAN BUDAYA DALAM MENARIK KUNJUNGAN WISATAWAN PADA DESA WISATA HEGARMUKTI BEKASI. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(2), 185–198.
- Tuada, N. J., & Raihani, N. P. (2025). Generasi Z, Tantangan dan Peluang Bagi Pendidikan. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 5(1), 224–234.
- Wilantari, N. N. A. (2023). CITY BRANDING FESTIVAL BUDAYA ISEN MULANG SEBAGAI KOMUNIKASI PARIWISATA. *Tampung Penyang: Jurnal Ilmu Agama Dan Budaya Hindu*, 21(1), 64–78. <https://ejournal.iahntp.ac.id/index.php/tampung-penyang>
- Yasmin, A. F., & Priyanata, A. B. (2024). KOMUNIKASI MODEL LASSWELL DAN STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE DALAM MEWUJUDKAN PEMBELAJARAN MENYENANGKAN KELAS 3 SD. *Jurnal Pena Karakter*, 6(2), 60–66. <https://doi.org/10.62426/zg47qh20>
- Yu, S., Zhang, H., Zheng, Q., Chu, D., Chen, T., & Chen, X. (2024). Consumer behavior based on the SOR model: How do short video advertisements affect furniture consumers' purchase intentions? *BioResources*, 19(2), 2639–2659. <https://doi.org/10.15376/biores.19.2.2639-2659>
- Zhang, R., Huang, Q., Luo, J., Xu, J., & Pan, Y. (2024). Enhancing User Participation in Cultural Heritage through Serious Games: Combining Perspectives from the Experience Economy and SOR Theory. *Sustainability*, 16(17), 7608. <https://doi.org/10.3390/su16177608>