

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Telaga Ranjeng dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan* (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).
- Bungin, Burhan. (2017). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Destinasi*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, P. R. S. (2016). *Ketertarikan publik terhadap keberadaan creative space*. Temu Ilmiah IPLBI, 29-30.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surakarta. (2024). *Data Statistik Kunjungan Pariwisata Kota Surakarta*. <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/data-statistik-kunjungan-pariwisata-kota-surakarta/>, diakses pada 25 April 2024.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 3.
- Hamzah, R. E., Rialdo, Manogari, R., Riska, & Shabrina, P. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen I* (Vol. 1, Nomor 1).
- Hardani, H. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Penelitian Kuantitatif*.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). *Lokananta Pusat Kumpul Para Pelaku Industri Kreatif Masa Kini*. <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/lokananta-pusat-kumpul-para-pelaku-industri-kreatif-masa-kini>, diakses pada 1 Mei 2024.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016) *Marketing Management*. Global Edition 15, Edinburgh : Pearson Education Limited
- Kurnianti, A. W. (2018). *Strategi komunikasi pemasaran digital sebagai penggerak desa wisata kabupaten wonosobo provinsi jawa tengah*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180–190.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.
- Pratama, M. A., Uly, A. Y. (2023). *Lokananta Sempat Terbengkalai, Kini Disulap jadi sentran Musisi dan UMKM*. <https://money.kompas.com/>, diakses pada 24 April 2024.

- Rahmawati, D. W., Agus M. F. (2020) “*Perebutan Ruang Publik Pedagang Kaki Lima Pada Masa Pandemi Di Alun-alun Jombang*”, *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* Vol 4, No. 1 (2020):, <http://journal.uindiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/2971>
- Rahmiati, D. (2017). *Kajian Elemen Pembentuk Ruang Kota pada Ruang Terbuka Publik Kota (Studi Kasus : Alun-Alun Karanganyar)*. IKRAITHTEknologi, 1(2).
- Ramadhaniyah, U., Pradana, B. C. S. A., & Ekoputro, W. (2024, January). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness Things About Them. In PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM) (Vol. 2, No. 1, Januari, pp. 167-175).
- Rusdiyana, N. (2018). *Lokananta, Perusahaan Rekaman Pertama Pemerintah Indonesia*. <https://surakarta.go.id/?p=9700>, diakses pada 23 April 2024.
- Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48-60.
- Silviani, I., Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sobari, A. N. (2017). *Strategi komunikasi pemasaran terpadu (IMC) Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam mempromosikan pariwisata Banten*.
- Solehudin, M. A. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Dalam Menarik Wisatawan* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Sugiyanto, E., & Sitohang, C. A. (2017). *Optimalisasi fungsi ruang terbuka hijau sebagai ruang publik di taman Ayodia Kota Jakarta Selatan*. *Populis: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(1), 205-218.
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suherman, J. I. (2023). *Galeri Seni Musik dan Tari Di Pati* (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Sutikno, M. S., & Hadisaputra, P. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Lombok: Holistica.