

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abubakar, R. (2021). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN*. SUKA-Press
UIN Sunan Kalijaga.

Andi, F. M., Mohammad, A., & Diterbitkan, R. (2023). *Buku Ajar Komunikasi
Visual Penulis: Nur Maghfirah Aesthetika Poppy Febriana*.

Fauzi, A., & dkk. (2022). Metodologi Penelitian. In *Suparyanto dan Rosad (2015*.

Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media (ed.); 1st ed.).
Qiara Media.

Nasution, E. S. (2024). *METODOLOGI PENELITIAN MODEL PRAKTIS
PENELITIAN KUALITATIF*. PT Literasi Nusantara Abadi Group.

Pambayun, E. L., & Permassanty, T. D. (2021). *AN INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION CIRCLE IN 4.0 ERA*. Penerbit Adab.

Prayitno, S., & Harjanto, R. (2021). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU*. PT. RajaGrafindo Persada.

Raco, J. ., & Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis,
Karakteristik dan Keunggulannya*. PT GRASINDO.

Setiawan, H. C. B. (2020). *Manajemen Industri Kreatif: Teori dan Aplikasi*. PT
Berkat Mukmin Mandiri.

Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. ALFABETA.

Sulistyawati. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. K-Media.

Suwanto. (2018). *KOMUNIKASI PEMASARAN KONTEKSTUAL*. PT Remaja

Rosdakarya Offset-Bandung.

Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2020). *MANAJEMEN EVENT KONSEP DAN APLIKASI* (R. Mirsawati (ed.); 1st ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Wirata, I. N. (2018). *PENGELOLAAN EVENT* (1st ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Najla, A. N. (2020). the Impact of Listening To Musik on the Psychological

Jurnal :

Adikristanto, A. D., & Angelita, G. (2024). Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Program Karisma Event Nusantara 2024 Di Kemenparekraf. *Journal of Education Research*, 5(3), 4186–4191. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1569>

Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>

Herwandi, A. T., Darsono, M. C., Sienatra, K. B., Manajemen, F., Manajemen, P., & Ciputra, U. (2019). *Faktor Kesuksesan Event Organizer Musik Dari Sisi Kepuasan Pelanggan*.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi*

- Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Murtalingtyas, W., Wijayantini, B., & Sobri, T. (2023). Strategi Pemasaran Terpadu BUMDes Menyongsong Era Society 5.0. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 316–326. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i2.1107>
- Nuraryo, I. (2017). Pelanggaran Hak Cipta Dalam Bisnis Dan Industri Musik: Suatu Tinjauan Komunikasi Massa. *Sociae Polites*, 15(2), 161–176. <https://doi.org/10.33541/sp.v15i2.455>
- Pesa Nugraha, P. (2023). Keunikan Model Marketing Dari Mulut Ke Mulut Dalam Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(10), 3160–3169. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i10.589>
- Studi Desain Komunikasi Visual, P., & Arsitektur dan Desain, F. (2023). *Perancangan Zine Infografik Ekosistem Musik Bawahtanah di Kota Bandung Dekade 1990-2000 FAUZAN ALFIKRI¹, INKO SAKTI DEWANTO², ADITYA JANUARSA³*. <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fad/article/view/2046>
- Susilawati, Umar Sanusi, & Isna Wardah Hasanah. (2023). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Tempo Ragional Lampung. *Kalianda Halok Gagas*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.52655/khg.v6i1.61>
- Syafa Aziz Syaputra, Hasbullah Azis, & Rahmat Wisudawanto. (2024). Integrated Marketing Communication dalam Mempromosikan Wisata Waduk Gajah Mungkur di Era Digital. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 212–238. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1304>
- Umar, R. M., Sadono, T. P., & Kuncoro, W. (2024). *KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PENGEMAR MUSIK*. 02(02).

Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(1), 73–83.

Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1.

<https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>

