

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149-160.
- Ananda, A. T., Wulan, W., & Pradini, G. (2022). Analisis Bibliometrik Pada *Event Olahraga Pariwisata*. *Turn Journal*, 2(2), 30-50.
- Andini, M., Sukmayadi, Y., & Supiarza, H. (2021). Sumeleh, semeleh: Signifikansi estetika keroncong gaya Solo. *SWARA-Jurnal Antologi Pendidikan Musik*, 1(1), 23-31.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79-95
- Aritonang, R. D., Nasution, H. P., & Tarigan, J. S. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, SPONSOR, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STAN EXPO DAN BAZAR *EVENT* KEPRI VACATION EXPO PADA PT CAKRA BRAMA STRA INTERNASIONAL. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 135-152.
- Arsyam, M. (2021). *Bahan Ajar Administrasi Pendidikan*.
- Berger, J. and Milkman, K. L. (2018). Emotion and Virality: What Makes *Online Content Go Viral?*“, *GfK Marketing Intelligence Review*, 5(1), pp. 18–23. doi: 10.2478/gfkmir-2014-0022.
- Bowdin, G., Allen, J., Harris, R., McDonnell, I., & O'toole, W. (2012). *Events management*. Routledge.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

- Djohan, D., Wirayudha, A. H., & Mawarni, A. I. (2023). Efek Reinstrumentasi Karya Organ Js. Bach Melalui Alih Timbre Terhadap Selera Musik. *Resital: Jurnal Seni Pertunjukan*, 24(2), 136-145.
- Don E. Schultz & Barnes, B.E. *Strategic brand communication* campaigns. Lincolnwood: NTC Business Books, 1999.
- Ermawati, K. C. (2021). Peranan Produk Wisata Dan Brand Strategy Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di The Herritage Palace Sukoharjo. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 2(2), 146-155.
- Fairus, F., & Syah, H. (2020). Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta (Internal Control Analysis Of The Payroll's System And Procedures In Supporting The Efficiency Of Labor Costs In Pt. Pancaran Samudera Transport, Jakarta). *Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta*.
- Farooq, H. A. Q., Seraphim, J., & Medhekar, A. (2021). Branding heritage tourism in Dubai: A qualitative study. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 9(2), 243-267.
- Finahari, N., Rubiono, G., & Qiram, I. (2019, October). Analisis Potensi Tari Gandrung Banyuwangi Sebagai Tarian Wisata Olahraga (Sport Tourism). In *Prosiding Seminar Nasional IPTEK Olahraga (SENALOG)* (Vol. 2, No. 1).
- Goldblatt, J. J. (2008). *The Wiley Event Management Series. (No Title)*.
- Harto, B., Pramuditha, P., Rukmana, A. Y., Sofyan, H., Rengganawati, H., Dwijayanti, A., & Sumarni, T. (2023). Strategi Social Media Marketing Melalui Dukungan Teknologi Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung. *Komversal*, 5(2), 244-261.

- Heggde, G., & Shainesh, G. (Eds.). (2018). *Social Media Marketing: Emerging Concepts And Applications* (P. 72). Singapore: Palgrave Macmillan.
- Hernández-Mogollón, J. M., Folgado-Fernández, J. A., & Duarte, P. A. O. (2014). Event Tourism Analysis And State Of The Art. *European Journal Of Tourism, Hospitality And Recreation*, 5(2), 83-102.
- Hutabarat, P. M. (2022). Music tourism potentials in Indonesia: music festivals and their roles in city branding. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 7(1).
- Kasman, S., Pratiwi, E. Y., Febrianty, S. D., Yusnelli, Y., Nofridayati, N., Adiani, N., ... & Murniati, M. (2023). *Universalisme Kesenian*. CV. Gita Lentera.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: Raka Grafindo Persada.
- Khatimah, S. H. (2022). Dampak Musik Bagi Penghafal Al-Qur'an (Studi Analisis pada Pengaruh Musik dalam Kualitas Hafalan Al-Qur'an Mahasiswi Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* 15th edition. England: Pearson.
- Leonard, H. H. (2002). *Event Marketing. How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions and Expositions*. J. Wiley.
- Mandalia, S. (2022). POTENSI *EVENT BUDAYA SEBAGAI DAYA TARIK PARIWISATA* (Studi Kasus Pada Sepekan Alek Anak Nagari Andaleh Baruh Bukik Sumatera Barat). *Journal of Tourism Sciences, Technology and Industry*, 1(1), 43-50.
- Matutina, S. A. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Pada Sikap Terhadap Merek Dan Niat Beli Konsumen Di Tokopedia (Doctoral dissertation, UAJY).

- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151.
- Muzdalifa, M., & Afifudin, A. (2023). Sport Tourism as a Catalyst for Economic Development in Sembalun Lawang Village, East Lombok. *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, 2(1), 52-59.
- Neil Gains. *Brand esSense: Using sense, Symbol and story to design brand identity*. Great Britain: Kogan Page, 2014.
- Nugrahani, F. (2008). Metode Penelitian Kualitatif (Vol. 1, Issue 1). <http://e-journal.usd.ac.id/index.php>
- Pandanwangi, S. S. (2018). *Usulan Nilai Relatif Jabatan Dengan Menggunakan Metode Poin Pada RM Ayam Geprek Bu Sastro* (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Press, U. G. M. (2022). *METODE PENELITIAN: PRINSIP DAN APLIKASI UNTUK MANAJEMEN RUMAH SAKIT*. UGM PRESS.
- Pritchard, C. L., & PMP, P. R. (2014). *Risk management: concepts and guidance*. Auerbach Publications.
- Puspita, N. (2021). Development Strategy Of Music Tourism: Ubud Village Jazz Festival As Community-Based Event In Ubud, Bali. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 9(1), 27-36.
- Putri, D. A. M., & Nurhidayati, H. (2018). Faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan terhadap Jazz Gunung Bromo sebagai Atraksi Music Tourism di Jawa Timur. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 6(1), 26-38.
- Putri, S. A., Sari, L. F., & Nofranita, W. (2023). KOMUNIKASI MEREK, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN MEREK DALAM MEMBANGUN LOYALITAS MEREK (STUDI KASUS PEMBELIAN

SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX DI KABUPATEN PESISIR SELATAN). *Ensiklopedia of Journal*, 5(3), 307-315.

Rahmawati, N. (2020). Kajian Literatur Psikologi: Katarsis sebagai Bentuk Ekspresif Diri Mahasiswa pada Masa Pandemi Covid-19.

Raine, S., Medbøe, H., & Dias, J. (2022). Jazz Festivals in the Time of COVID-19: Exploring Exposed Fragilities, Community Resilience and Industry Recovery. In *Rethinking the Music Business: Music Contexts, Rights, Data, and COVID-19* (pp. 109-127). Cham: Springer International Publishing.

Riskandayani, K. (2020). *Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Spiritual, dan Kecerdasan Adversitas Terhadap Kinerja Auditor* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Sahputra, T. W. H., Martarosa, M., & Warhat, Z. (2020). Musik Jazz Melayu dalam Kajian Kreativitas. *Melayu Arts and Performance Journal*, 2(2), 191-200.

Sari, T. Y., & Kurnia, H. (2023). Melestarikan *Event* Dieng Culture Festival Sebagai Wujud Kearifan Lokal di Masyarakat Dataran Tinggi Dieng. *SINDANG: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Kajian Sejarah*, 5(2), 58-62.

Schaefer, M. W. (2021). *The Content Code: Six Essential Strategies for Igniting Your Content, Your Marketing, and Your Business: Six essential strategies to ignite your content, your marketing, and your business.*

Setiawan, R. (2019). *Pembangunan Aplikasi Publikasi Event Di Kota Bandung Dengan Memanfaatkan Location Based Services Berbasis Android* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Setiawan, R., Wibisono, D., & Purwanegara, M. S. (2022). Defining event marketing as engagement-driven marketing communication. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(2), 151-177.

- Srihirun, J., Khiewpan, R., Klaysikaew, K., Choeyada, N., & Panyasit, K. (2023). The Causal Relationship Model of the Best Practice for SMEs of the Thai Tourism Industry in Crisis and Business Continuity. *Journal of Arts Management, 7*(2), 749-769.
- Sunantri, Y., & Rahayu, I. (2023). ANALYSIS OF CULTURAL-BASED TOURISM EVENT IN LAGOI. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA, 4*(12), 11-20.
- Syamsuria, S. (2022). *Model Budgeting dengan Aplikasi Sistem Informasi Keuangan (SIK) Berbasis Laporan Keuangan pada Era Industri 4.0* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Turnip, J. F. H., Adriaan, J. T., & Setiarini, A. T. (2023). PERAN SYMMETRICAL SCALE DALAM TEKNIK BERIMPROVISASI PIANO JAZZ. *IDEA: Jurnal Ilmiah Seni Pertunjukan, 17*(2).
- Walter, E., & Gioglio, J. (2020). The power of visual storytelling: how to use visuals, videos, and social media to market your brand. McGraw-Hill Education.
- Walter, E., & Gioglio, J. (2020). *The Power Of Visual Storytelling: How To Use Visuals, Videos, And Social Media To Market Your Brand*. McGraw-Hill Education.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai, 7*(1), 2896-2910.
- Wear, N. H., Sistianinggaluh, W., & Rubiyanto, R. (2023). Mendobrak Stigma Negatif: Rebranding Sebagai Pendekatan Strategis Dalam Mengukuhkan Kepercayaan Konsumen. *Cakrawala Repositori IMWI, 6*(5), 1642-1662.
- Wulanda, G. A. N. (2023). Penerapan Teori Bentuk Estetik Dewitt H. Parker sebagai Paradigma dalam Ranah Apresiasi Musik. *Grenek: Jurnal Seni Musik, 12*(1), 65-73.