

## DAFTAR PUSTAKA

- Any noor. (2009). *Manajemen Event*. Alfabeta.  
<https://books.google.co.id/books?id=PqQPEAAAQBAJ>
- bonita nita. (2016). *Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Labuan Cermin Di Kabupaten Berau*.
- Gita & Dini. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DISPORAPARBUD KABUPATEN PURWAKARTA MELALUI MEDIA APLIKASI SAMPURASUN DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA*.
- Hermanto, L., & Rosadi, A. (2019). *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan Lokal di Kota Bima*. *Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan*, 6(2), 12–25.
- Hidayati, N., & Gaffar Rahman, A. (2022). *IMPLEMENTATION OF BLUE ECONOMY POLICY ON MANDAR BANYUWANGI VILLAGE AS TOURISM POTENTIAL BASED ON LOCAL WISDOM IMPLEMENTASI KEBIJAKAN BLUE ECONOMY TERHADAP KAMPUNG MANDAR BANYUWANGI SEBAGAI POTENSI WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL* *Gorontalo Law Review*. *Gorontalo Law Review* , 5(Blue Economy), 412–423.  
<https://jurnal.unigo.ac.id/index.php/golrev/article/viewFile/2455/1050>
- Indonesia, U. I., & Wijyaningrum, S. R. (2018). *Analisis Manajemen Event Gumelem Ethnic Carnival Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara*.
- joe goldbatt. (2014). *strategy event management joe goldbatt*.
- Kohler, S. (2009). *Jurnal\_ Ilmu Komunikasi, Strategi Kompas, marketing communication strategy, Banjarnahor*.
- oktaviana risa. (2012). *Kebijakan Promosi Pariwisata Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Pematang*.
- Putra, N., & Lisnawati, S. (2012). *Penelitian Kualitatif Pendidikan Agama Islam*. Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, F., & Widiarti, P. W. (2021). *Analisis Manajemen Event Kiskendha Mrahaswara Dalam Mengubah Citra Destinasi Wisata Gua Kiskendo*. *Analisis Manajemen Event*, 1.  
<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/19187%0Ahttps://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/download/19187/17641>
- Sarswati hesti dwi. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di*

- Masa Any noor. (2009). *Manajemen Event*. Alfabeta.  
<https://books.google.co.id/books?id=PqQPEAAAQBAJ>
- bonita nita. (2016). *Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Labuan Cermin Di Kabupaten Berau*.
- Gita & Dini. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DISPORAPARBUD KABUPATEN PURWAKARTA MELALUI MEDIA APLIKASI SAMPURASUN DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA*.
- Hermanto, L., & Rosadi, A. (2019). *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan Lokal di Kota Bima*. *Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan*, 6(2), 12–25.
- Hidayati, N., & Gaffar Rahman, A. (2022). *IMPLEMENTATION OF BLUE ECONOMY POLICY ON MANDAR BANYUWANGI VILLAGE AS TOURISM POTENTIAL BASED ON LOCAL WISDOM IMPLEMENTASI KEBIJAKAN BLUE ECONOMY TERHADAP KAMPUNG MANDAR BANYUWANGI SEBAGAI POTENSI WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL* *Gorontalo Law Review*. *Gorontalo Law Review*, 5(Blue Economy), 412–423.  
<https://jurnal.unigo.ac.id/index.php/golrev/article/viewFile/2455/1050>
- Indonesia, U. I., & Wijyaningrum, S. R. (2018). *Analisis Manajemen Event Gumelem Ethnic Carnival Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara*.
- joe goldbatt. (2014). *strategy event management joe goldbatt*.
- Kohler, S. (2009). *Jurnal\_ Ilmu Komunikasi, Strategi Kompas, marketing communication strategy, Banjarnahor*.
- oktaviana risa. (2012). *Kebijakan Promosi Pariwisata Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Pematang*.
- Putra, N., & Lisnawati, S. (2012). *Penelitian Kualitatif Pendidikan Agama Islam. Remaja Rosdakarya*.
- Ramadhan, F., & Widiarti, P. W. (2021). *Analisis Manajemen Event Kiskendha Mrahaswara Dalam Mengubah Citra Destinasi Wisata Gua Kiskendo*. *Analisis Manajemen Event*, 1.  
<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/19187%0Ahttps://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/download/19187/17641>
- Sarswati hesti dwi. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19*.
- Setiawan, E. (2016). *Eksistensi Budaya Bahari Tradisi Petik Laut Di Muncar*

Banyuwangi. *Universum*, 10(2), 229–237.  
<https://doi.org/10.30762/universum.v10i2.263>

Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). *Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai*. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 197.  
<https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.2714>

Pamungkas, W., Muktiali, M., & Masruri, M. I. (2018). *Pengembangan Kampung Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Kampung Wisata Toddobojo*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 89-97.

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing. Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Soffjan Assauri. (2010). *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawall Pers.

Wijaksono n.d. “Strategi Komunikasi manajemen event dalam Memperkenalkan Merek Lokal.”

Risa. 2012. “Promosi Pariwisata Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Malang.”

Hesti dwi. 2021. “Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19.”

Juariyah. (2015). *Peran Humas Pemerintah (Government Public Relations) Menghadapi Era Web 2.0*.