

DAFTAR PUSTAKA

- Afrillia, D. (2022, May 17). *Ragam Agenda di JNM Bloc, Ruang Kreatif Publik Baru di Yogyakarta*. Good News from Indonesia. Retrieved April 15, 2025, from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/05/17/ragam-agenda-di-jnm-bloc-ruang-kreatif-publik-baru-di-yogyakarta>
- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179-188. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34265413/ivan-pengumpulan-analisis-data-kualitatif-libre.pdf?1406032473=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Pengumpulan_dan_Analisis_Data_Kua.pdf&Expires=1747938305&Signature=dOjl5HD9fgVINk53Q6Iil
- Aji, R. (2026, April 20). wawancara.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150. <https://doi.org/10.31764/historis.v5i2.3432>
- Amanda, D. F., & Nurjayanti, W. (2024). Eksistensi Creative Hub terhadap Minat Pengunjung di Cagar Budaya Lokananta, Surakarta. *In Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur*, 67-76. <https://proceedings.ums.ac.id/siar/article/view/4005/3656>
- 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.
- Auliani, P. R. (2013, August 2). *4 Kota Indonesia Dinilai Layak Jadi Creative City*. National Geographic Indonesia. <https://nationalgeographic.grid.id/read/13284506/4-kota-indonesia-dinilai-layak-jadi-creative-city>
- Council, B. (2015). Creative HubKit: Made by Hubsfor Emerging Hubs. *British Council*, 1-51.
- Duncan, T., & Ouwersloot, H. (2008). *Integrated Marketing Communication*. McGraw-Hill.
- Ekhlassi, A., Maghsoodi, V., & Mehrmanesh, S. (2012). Determining the integrated marketing communication tools for different stages of customer relationship in digital era. *International Journal of Information and Electronics Engineering*, 2(5), 761-765. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35598522/Paper3-Vahid_Maghsoodi-libre.pdf
- Elmira, P. (2023, May 25). *M Bloc Group Sulap Bangunan Bersejarah Jadi Ruang Kreatif, dari Jakarta hingga Lokananta*. Liputan6.com. Retrieved April 15, 2025, from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5297112/m-bloc-group-sulap-bangunan-bersejarah-jadi-ruang-kreatif-dari-jakarta-hingga-lokananta?page=4>

- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34-46. <https://jurnalmitita.univpasifik.ac.id/index.php/mjp/article/view/47>
- Farkhan, M. I., & Herlian, E. (2025, Juni). Peran Creative Hub Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung Di JNM Bloc, Yogyakarta. *In Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur*, VI. Retrieved Maret 14, 2026, from <https://proceedings.ums.ac.id/siar/article/view/6152>
- Fayola, A. K. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran yang Digunakan oleh Local Brand untuk Memperluas Brand Awareness pada Publik: Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran di Sosial Media Instagram oleh Dama Kara* [Skripsi]. Universitas Gadjah Mada.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hasyyati, R. N. (2020). *Praktik Cyber PR Lokananta Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun Instagram @lokananta_musik dalam Pembentukan Identitas Lokananta)*. [Skripsi]. Universitas Gadjah Mada.
- Hennink, M., & Bailey, A. (2001). *Qualitative Research Methods*. USA: Sage Publications Inc.
- History*. (n.d.). Jogja National Museum. Retrieved April 15, 2025, from <https://jogjanationalmuseum.com/history/>
- Howdy Indonesia*. (2022, July 5). JNM Bloc Diharapkan Jadi Melting Pot Skena Kreatif Jogja. Retrieved April 14, 2025, from <https://howdyindonesia.com/mix/193923570562f774b4d37cb>
- JNM Bloc. (2025). *JNM Bloc*.
- JNM Bloc - Archnesia*. (2024, March). Archnesia. Retrieved April 14, 2025, from <https://archnesia.com/jnm-bloc/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. *Jakarta: indeks*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management: An Asian Perspective Seventh Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kusniadji, S. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98. https://www.academia.edu/38303440/ID_strategi_komunikasi_pemasaran_dalam_kegi
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Ilmiah Demos*, 3(1), 12-22. <https://hk-publishing.id/ijd-demos/article/view/449/pdf>
- Lestavi, A. T. (2026, Maret 12). *wawancara*.
- Mahardika, I. B., Putri, I. D. A. H., & Agung, I. G. N. P. (2023). IMPLEMENTASI SOSTAC DALAM STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PUBLIC RELATIONS (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA RUANG KREATIF GEDUNG DHARMA NEGARA ALAYA DENPASAR). *Anubhava: Jurnal Ilmu Komunikasi Hindu*, 3(2), 474-483. <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/anubhava/article/download/2708/1785>

- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mukhaer, A. A. (2023, February 11). *M Bloc Space: Pelestarian Cagar Budaya dan Tempat Kumpul Anak Muda - Semua Halaman - National Geographic*. National Geographic Indonesia. Retrieved April 15, 2025, from <https://nationalgeographic.grid.id/read/133688406/m-bloc-space-pelestarian-cagar-budaya-dan-tempat-kumpul-anak-muda?page=all>
- Muslim, M. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 1(10). <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>
- Nadi, R. F. (2020). Perancangan Creative Hub Di Yogyakarta Dengan Pendekatan Blending Spaces.
- Novilia, B. L., & Gustaman, F. A. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Pengembangan Wisata Budaya Lokananta Di Kota Surakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(2), 172-184. <http://dx.doi.org/10.47256/kji.v18i2.533>
- Porcu, L., Del Barrio-García, S., & Kitchen, P. J. (2012). How Integrated Marketing Communications (IMC) works? A theoretical review and an analysis of its main drivers and effects. *Communication & Society*, 25(1), 313-348. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/36183>
- Priambudi, S. A., & Anshori, M. (2024). Pemodelan Strategi Komunikasi Pemasaran Lokananta. *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(2). <https://jurnal.uns.ac.id/kom/article/view/95622>
- Respati, A. R. (2021, June 30). *JNM Bloc, Menciptakan Ruang Kreatif yang Berkelanjutan di Yogyakarta*. Sudut Kantin Project. Retrieved April 15, 2025, from <https://sudutkantin.com/jnm-bloc-menciptakan-ruang-kreatif-yang-berkelanjutan-di-yogyakarta/>
- Safayani, A. (2022). *Event Marketing Kolaborasi Sebagai Komunikasi Pemasaran Fabrik Bloc dalam Upaya Mempopulerkan Creative Hub di Kota Padang (Skripsi)*. Universitas Andalas. <http://scholar.unand.ac.id/459098/3/Full%20text%20skripsi%20anjely.pdf>
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran dan produk terhadap keputusan pembelian di PT. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>
- Sarastuti, D. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenoca* (1st ed., Vol. 16). Visi Komunikasi. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1645/submission/original/1645-3670-1-SM.pdf>
- Schultz, D. E., & Schultz, H. (2004). *IMC The Next Generation* (1st ed.). NY: McGraw-Hill.
- Sejarah Jogja National Museum*. (2023, October 22). JogjaUpdate.com. Retrieved April 15, 2025, from <https://jogjaupdate.com/sejarah-jogja-national-museum/>



- Singh, P. K. (2013). Integrated marketing communication: A strategic approach. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 1(1), 1-5. <https://ijcrt.org/papers/IJCRT1135467.pdf>
- Siregar, F., & Sudrajat, D. (2017). Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs In Indonesia. *British Council*, 54.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>