

DAFTAR PUSTAKA

- Bimantoro, D., Dewiyanti, D., Chandra Aditya, N., & Widiyanti Natalia, T. (2022). STUDI KONSEP PENDEKATAN PLACEMAKING PADA PERANCANGAN RUANG PUBLIK M BLOC SPACE, JAKARTA SELATAN. *DESA Jurnal Desain Dan Arsitektur*, 3(1), 22.
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/desa/index>
- Creswell, J. W. (2013). *QUALITATIVE INQUIRY E RESEARCH DESIGN Choosing Among Five Approaches*.
- Dhanang Respati Puguh. (2018). PERUSAHAAN REKAMAN LOKANANTA, 1956-1990-AN: Perkembangan Produksi dan Kiprahnya dalam Penyebarluasan Seni Pertunjukan Jawa Surakarta. *SASDAYA, Gadjah Mada Journal of Humanities*, Vol. 2, No. 2, 425–450.
- Fedora Amanda, D., & Nurjayanti, W. (2024). *EKSISTENSI CREATIVE HUB TERHADAP MINAT PENGUNJUNG DI CAGAR BUDAYA LOKANANTA, SURAKARTA*.
- Handaka, T., Adhi Dharma, F., Realitas Sosial, K., & Peter Berger Tentang Kenyataan Sosial, P. L. (2018). *The Social Construction of Reality: Peter L. Berger's Thoughts About Social Reality*.
<https://doi.org/10.21070/kanal.v%vi%i.3024>
- Hasanah, H. (2016). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *Jurnal At-Taqaddum*, Volume 8, Nomor 1.
- Hilary, D., & Parsono, S. (2024). Strategi Rebranding PT Pos Indonesia Menjadi PosIND. In *Desember* (Vol. 11, Issue 6).
- Hollweck, T. (2015). Robert K. Yin. (2014). Case Study Research Design and Methods (5th ed.). . *Canadian Journal of Program Evaluation*, 30(1), 108–110. <https://doi.org/10.3138/cjpe.30.1.108>
- Hypebeast Indonesia. (2023, May 13). *Lokananta Solo Resmi Gabung M Bloc Group*. Hypebeast.
- Irawati, D., Fatah Natsir, N., Haryanti, E., & Islam, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam” Kata kunci. In *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* (Vol. 4). <http://Jiip.stkipyapisdampu.ac.id>
- Liputan6. (2023, June 3). *Gibran Rampungkan Revitalisasi Lokananta, Warganet: Andai Kak Glenn Fredly Masih Ada Pasti Sangat Bahagia Lihat Lokananta*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5305741/gibran-rampungkan-revitalisasi-lokananta-warganet-andai-kak-glenn-fredly-masih-ada-pasti-sangat-bahagia-lihat-lokananta?page=3>.
- Muadz, & Riyanto, B. (2023). Analisis Manajemen Media Perum PNRI Lokananta Surakarta di Era Disrupsi Digital (Media Management Analysis of PNRI Lokananta Surakarta Public Corporation in the Digital Disruption Era). *Promedia: Public Relation Dan Media Komunikasi*, 9(1), 16–30.
- Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). Corporate rebranding: Destroying, transferring or creating brand equity? In *European Journal of Marketing*

- (Vol. 40, Issues 7–8, pp. 803–824).
<https://doi.org/10.1108/03090560610670007>
- Nugrahani, A. K., & Purnomo, A. H. (2017). REVITALISASI LOKANANTA SURAKARTA. *Arsitektura*, 15 No 1, 245–250.
- Preece, C., Kerrigan, F., & O'Reilly, D. (2019). License to Assemble: Theorizing Brand Longevity. *Journal of Consumer Research*, 46(2), 330–350.
<https://doi.org/10.1093/jcr/ucy076>
- Priambudi, S. A., & Anshori, M. (2024). PEMODELAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LOKANANTA (*Implementasi Perencanaan Komunikasi dalam Pembentukan Model Strategi Komunikasi Pemasaran Lokananta*) (Vol. 17, Issue 2). <https://jurnal.uns.ac.id/kom/>
- Puspitasari, R., Hindra Hastuti, N., & Rizqi, F. M. (2025). *Strategi Rebranding Guna Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Revitalisasi Lokananta Sebagai Ruang Publik di Surakarta) Rebranding Strategy to Increase Brand Awareness (A Case Study on the Revitalization of Lokananta as a Public Space in Surakarta)*.
- Rianto, P. (2020). MODUL METODE PENELITIAN KUALITATIF.
<https://www.researchgate.net/publication/343064279>
- Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyati, S. (2022). METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF (Y. Novitaa & A. Yanto, Eds.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. www.globaleksekuatifteknologi.co.id
- Solopos.com. (2024, March 10). *Berlangsung Setahun, Lokananta Solo Gelar Pameran Musik Pop Indonesia 1960-1969*.
<https://Solopos.Espos.Id/Berlangsung-Setahun-Lokananta-Solo-Gelar-Pameran-Musik-Pop-Indonesia-1960-1969-1879750>.
- Sri, O., Arthawati, N., Artha, S., & Mevlanillah, R. (2023). PENGEMBANGAN MASYARAKAT MELALUI PENERAPAN PENGELOLAAN KAMPUNG KB UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS HIDUP MASYARAKAT DESA BALE KENCANA KECAMATAN MANCAK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(10). <http://www.bps.go.id>
- Watkins, J. (2024). Restaurants and the labor of urban revitalization, placemaking and rebranding in Louisville, Kentucky. *Urban Geography*, 45(9), 1556–1574. <https://doi.org/10.1080/02723638.2024.2330139>
- Wijaya, G. P. (2019). Lokananta Arsip Sejarah Musik Indonesia yang Terlupakan. *Tahun*, 8(1).
- Wijayanti, C. N., & Rani, S. A. S. (2022). STRATEGI PEMERINTAH KOTA SURAKARTA DALAM REBRANDING KAWASAN WISATA TAMAN BALEKAMBANG. *JURNAL NAWASENA*, 1(3).
- Wyckoff, M. A. (2014). DEFINITION OF PLACEMAKING: *Four Different Types*. www.miplace.org.