

DAFTAR PUSTAKA

- Gai, A. M., Witjaksono, A., & Maulida, R. R. (2020). *Perencanaan dan Pengembangan Desa*.
- Hariyono, H. (2017). Sejarah Lokal: Mengenal yang Dekat, Memperluas Wawasan. *Sejarah Dan Budaya : Jurnal Sejarah, Budaya, Dan Pengajarannya*, 11(2), 160–166.
- Helmayuni, T. (2022). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Jueterbock, D. M. (2012). *The Influence of Brand Personality in the Relationship of Ambush Marketing and Brand Attitude*. Diplom.de.
- Kistanto, N. H. (2017). *Tentang Konsep Kebudayaan*. *Sabda : Jurnal Kajian Kebudayaan*, 10(2), 1–11.
- Kusumastuti, K. (2017). *Pengaruh Budaya Dalam Pembentukan Ruang Kota Sala Sejak Perpindahan Kraton Sampai Dengan Peletakan Motif Dasar Kolonial*. *Region: Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipatif*, 7(1), 27.
- Lestari, M. T. (2021). *Public Relations Event: Membangun Image, Reputasi dan Mutual Understanding*. Prenada Media.
- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Akib, S., Daud, R. F., Rosemary, R., Athalarik, F. M., Adiarsi, G. R., & others. (2022). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Penerbit Widina.
- Nirbita, B. N., & Widyaningrum, B. (2022). *Komunikasi Pendidikan*. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Priyatna, M. (2017). *Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal*. *Edukasi Islami : Jurnal Pendidikan Islam*, 5(10), 1311–1336.

- Purwoko, W. & A. (2022). *Mozaik Sejarah Lokal Desa Kawasan Barat Ponorogo: Desa Carangrejo dan Beberapa Desa Tetangga* (W. Purwoko(ed.)).
- Putri, A. D. E., Indarini, -, & Anandya, D. (2019). *The influence of brand communication, brand image, brand satisfaction, and brand trust on brandloyalty*. 22(11), 14–19.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., & others. (2021). *BRAND MARKETING*. Penerbit Widina.
- Ronald, A. (2015). *Budaya Bermukim Masyarakat Jawa*. Sinektika: Jurnal Arsitektur, 1(1), 180–188.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2014). *Intercultural Communication: A Reader*. Cengage Learning.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2016). *Communication Between Cultures*. Cengage Learning.
- Syamsuadi, A. (n.d.). *Optimalisasi Potensi Sumber Daya Pembangunan Berbasis Melayu Islami*. Academia.Edu.
- Van Gelder, S. (2005). *Global Brand Strategy: Unlocking Branding Potential Across Countries, Cultures & Markets*. Kogan Page.
- Widiastini, N. M., Rahmawati, P. I., & Koma, F. Y. I. (2020). *RAGAM BRANDING DESA DALAM MENGEMBANGKAN*. Jurnal Master Pariwisata, 7(1).
- Wolton, D. (2007). *Kritik Atas Teori Komunikasi: Kajian dari Media Konvensional Hingga Era Internet* (M. Inyik (ed.)). Kreasi Wacana.