

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. (2020). Sinergitas Public Relations PT. PLN (Persero) Wilayah Sulawesi Selatan Tenggara dengan Media Massa dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Pelanggan. *Jurnalisa*, 6.
- Aksoyi, H., & Teka, M. (2012). Event and brand image transfer in multiple fair sponsorship. *African Journal of Business Management*, 6.
- Agusta, F., & Prisanto, G. (2021). Pengaruh Program Event Bekas Jadi Berkah terhadap Citra Perusahaan OLX Indonesia. *Unisba Hubungan Masyarakat*, 7.
- Allen, & Unwin. (2014). *Theory and Practice Public Relations* (Jane. S. M. Johnston, Ed.; 4th ed.). Routledge.
- Auliano, D. (2022). *Pengaruh Konten Reels Instagram terhadap Pembentukan Brand Image*. Lampung
- Aprianto, I., Muntholib, & Risnita. (2021). *Manajemen Public Relations Analisis Citra* (H. Fauzi, Ed.; 1st ed.). Lakeisha.
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6, 128–148.
- Christina. (2017). Pengaruh Event Honda di Pekan Raya Jakarta terhadap Brand Image Produk Motor Honda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8.
- Harwinda, A., & Ikhsano, A. (2020). Pengaruh Special Event Pembukaan ASIAN GAMES ke-18 Tahun 2018 terhadap Reputasi Ketua Panitia INASGOC. *Jurnal Komunikasi*, 14.
- Ginting, L. (2020). Pengaruh Event “Music in The Park” Terhadap Pembentukan Brand Image Pada Pengunjung Bintaro Jaya Xchange Mall. *Pantarei*, 3.
- Hasybullah, A. (2019). Manajemen Special Event Upacara Adat “Seren Taun” Cigugur Kuningan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3.
- Indonesia Masuk Daftar Negara Dengan Jumlah Fans K-Pop Terbanyak di Twitter*. (2020, September 22). Kpop Chart.
- Jayani, D. (2021). *Produk Kesehatan dan Kecantikan Paling Laku Saat Pandemi*.

- Kurt, S. (2018). An Alternative Event Management Tool for Public Relations: The Case of Eventbrite. *Online Academic Journal of Information Technology*, 9.
- Lewis, T. (2023). *A Preparation Guide for the Assessment Center Method* (3rd ed.). Charles C Thomas.
- Nurtjahjani, F. (2018). *Public Relations Citra & Praktek* (1st ed.). Polinema Press.
- Piva, E., Cerutti, S., Prats, L., & Raj, R. (2017). *Enhancing Brand Image through Events and Cultural Festivals: the Perspective of the Stresa Festival's Visitors*. 15.
- Pratama, R., Widjajanta, B., & Razati, G. (2019). Co-Branding Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image. *Strategic Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*.
- Puspita, R., Suciati, T., Fairuza, A., & Fadillah, I. (2021). *Interaksi Selebritas dan Penggemar dalam Fan Meeting melalui Media Sosial Berbasis Video TikTok*.
- Putri, L. (2022). Acara "Unveil the new Whitelab #ImCommitted" resmi usai hari ini. *Antara News*.
- Putri, S. (2019). Karakteristik Event Mountain Jungle and Course 2018 Pada Pt Eigerindo Multi Produk. *EProceedings of Management*, 6.
- Roflin, E., & Zulvia, F. (2021). *Kupas Tuntas Analisis Korelasi* (Moh. Nasrudin, Ed.; 1st ed.). Nasya Expanding Management.
- Sawlani, D. (2021). *Digital Marketing: Brand Images* (1st ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Silviani, I. (2020). *Public Relations sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Syahrinnisa, G. (2019). Pengaruh Event Terhadap Citra Merek Majalah Femina. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10.
- Wardhana, A. (2022). Brand Image dan Brand Awareness. In A. Sudirman (Ed.), *Brand Marketing: The Art of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Zein, S., Yasyifa, L., Khozi, R., Harahap, E., Badruzzaman, F., & Darmawan, D. (2019). Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4.