

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Linggar. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Belch, George., Belch, Michael A. (2003). *Advertising and Promotion, 6th Edition*. New York: The Grar - Hill Companies.
- Denzim, Norman K., and Lincoln, Yvonna S. (2009). *Handbook of Qualitative Research* (terjemahan). Yogyakarta Pustaka Pelajar.
- Duncan, Tom. (2005). *The principles of Advertising and IMC*. New York: McGraw Hill.
- Giannini, G.T. (2010). *Marketing Public Relations: A Marketer's Approach to Public Relations and Social Media, 1st Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Goldblatt, Dr Joe. (2013). *Special Events "Creating and Sustaining a New World for Celebration"*. John Wiley & Sons.
- Harris. Thomas, L. (2007). *The Marketer's Guide to Public Relations in 21st Century*. New York: McGraw Hill.
- Kotler, Phillip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pradoko, A. M. S. (2017). *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif (Keilmuan Seni, Humaniora, dan Budaya)* (cet. ke-2). Yogyakarta: UNY Press.

Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Skripsi

Diyanti, Dwitasari. (2012). *Strategi Marketing Public Relations (MPR) Dalam Proses Rebranding (Studi Mengenai Perubahan Apartemen Menara Salemba Batavia Menjadi Menteng Square)*. Universitas Indonesia.

Humaira. (2019). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempromosikan Hotel Grand Suka Pekanbaru*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Jannah, Alfi M. (2015). *Strategi Pemasaran Usaha Kafe Kucing “Cats and Coffee” Jln, Bougenvile, Gejayan, Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Kurniawan, Risqi. (2017). *Manajemen Event Jogja Public Relations Days (JPRD) Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta pada Tahun 2017*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Larassati, Hana R. (2018). *Strategi Marketing Public Relations Melalui Social Media Instagram Traveloka Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Kasus Sponsorship Piala Dunia 2018)*. Universitas Bakrie Jakarta.

Muliani, Ardelia. (2017). *Implementasi Strategi Online PR Tanamera Coffee Dalam Menciptakan Brand Image (Studi Kasus Terhadap Akun Instagram Tanamera Coffee)*. Universitas Multimedia Nusantara.

Nurfajrianto, R. (2018). *Strategi Marketing Public Relations PT. Wahana Mitra Wisata Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umroh*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Putra, Herlangga Yoga. (2018). *Strategi Marketing Public Relations Aplikasi Keuangan Jenius Melalui Event Management Dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Universitas Multimedia Nusantara.

Rahayu, Titie A. N. (2016). *Strategi Marketing Public Relations Kuliner Serang oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Serang*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Riva'i, Muhammad. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menumbuhkan Brand Awareness*. Universitas Ahmad Dahlan.

Santoso, Nur A. (2019). *Strategi Marketing Public Relations PT. Triaputra Pertiwi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Brand Aldo Brue*. Universitas Prof. Dr. Moestopo.

Soesilo, Ivan F. (2013). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bober Café, Bandung)*. Universitas Telkom Bandung.

Sutrisno, T. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran pada Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro Sunderlike)*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Jurnal

Almira, Septika Khairunnisa & Suharyanti. (2014). Implementasi Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Pengelolaan Citra Merek. *Journal Communication Spectrum*, 4 (1).

Fitri, Tri Suci Nadilla. (2018). *Event Marketing* Urban GiGs Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Image* Produk GG MILD Di Pekanbaru. *Journal of Marketing*, 5 (1).

Kurniasari, Atika., Lestari, Puji., & Isbandi. (2008). Strategi *Marketing Public Relations* PT. Telkom Kancatel Pati Dalam Program “Flexi Door to Door” dan “Speedy Go To School” Untuk Membangun *Brand Awareness* dan *Brand Knowledge* di Wilayah Pati. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6 (3), 228-239.

Nisrina, Dzakkiyah., Widodo, Incka., Larassari, Indah B., & Rahmaji. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(3), 78-88.

Rachmadian, Annisa K & Chaerudin, Rendra. (2019). *The Impact of Event Marketing on Building Brand Awareness For Fashion Customers*. *ASEAN Marketing Journal*, 9 (1), 21-23.

Tulis, Christian & Wijaya, Lina Sinatra. (2019). Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kepulauan Talaud-Sulawesi Utara. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 5 (1), 107-117.

Wahid, Umaimah & Puspita, Anggun Eka. (2017). Upaya Peningkatan *Brand Awareness* PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas *Marketing Public Relations*. *Jurnal Komunikasi*, 9 (1), 31-43.

Wang, Tien-Chin., Ghalih, Muhammad., & Porter, Glen Andrew. (2017). *Marketing Public Relations Strategy to Develop Brand Awareness of Coffee Products*. *Science Journal of Business and Management*, 5 (3), 116-121.

Wohlfeil, Markus & Whelen, Susan. (2006). *Consumer Motivations to Participate in Event Marketing Strategies*. *Journal of Marketing Management*, Vol. 22, 643-669.

Wibowo, Arie. (2015). Strategi Promosi *Event* Namaste Festival. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14 (2), 180-191.

Wulandari, Deasy., Suroso Imam., & Asbullah, Alvan S. (2015). *Event Marketing* Sebagai Strategi Meningkatkan *Brand Awareness Kabupaten Jember*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9 (1), 43-55.

Link

<https://tekno.tempo.co/read/1182057/profil-bisnis-instagram-di-indonesia-terbanyak-di-asia-pasifik/full&view=ok> diakses pada tanggal 8 Maret 2021, pukul 19:45

<https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia->

20202021 diakses pada tanggal 8 Maret 2021, pukul 20.35

<https://jabar.idntimes.com/hype/fun-fact/zahro-1/daebak-indonesia-masuk-5-besar-users-teraktif-nge-tweet-soal-kpop-regional-jabar/10> diakses pada tanggal 2 April 2021, pukul 17.05

<http://repository.uin-malang.ac.id/2437/1/2437.pdf> diakses pada tanggal 3 April 16.45