

## Daftar Pustaka

### Buku :

- Adawiyah, S. El. (2021). *Manajemen Event*. Bintang Pustaka Madani.
- Amin, S. (2011). *Brand activation Model*. Macro Management System.
- Birim, B. (2016). Evaluation of corporate social responsibility and social media as key source of strategic communication. *Social and Behavioral Sciences*.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan Strategi Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Cvent. (2020). *Ultimate Guide to Virtual events*. E-book.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Evelina, L. (2009). *Event Organizer Pameran*. OPAC Perpustakaan IAHN Tampung Penyang Palangka Raya.
- Tjiptono, Fandi. (2000), *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta
- Glenn, M. (2010). *Event Management : An Asia Perspective*. Mc Graw Hill.
- Gouzali, S. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Human Resources Management)*. Djambatan.
- Gunawan Saleh, P. R. (2018). Strategi Membangun Media Daring Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu (Studi Kasus Pada Bertuahpos.com). *Jurnal Komunikasi*.
- Indro “Kimpling” Suseno, K. (2005). *Cara Pinter Mengelola Event Organizer*. Galangpress.
- Joe, G. (2002). *Special Events : Twenty-First Century Global Event Management*. John Wiley & Sons.
- John W, C. (2014). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- Kusuma, R. C. S. D. (2016). *Modul Manajemen Event*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Megananda, Yudhi, Wijaya, J. A. (2009). *7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event-Organizer*. BIP.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Arni, (2004) *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta
- Noor, A. (2009). *Management Event*. Alfabeta.
- Phyllis Mikolaitis, O. W. (2007). *Corporate Event Management*. PPM.
- Porter E, M. (2008). *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Kharisma Publishing.
- Sembeiring, D. R. (2014). *Pengantar Bisnis* (L. Sulastri (ed.)). La Goods Publishing.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA.
- Sukarna. (2011). *Dasar – dasar Manajemen*. Mandar Maju.
- Suryadi. (2006). *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Tugu Publisher.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan*. PT Salemba Empat.

#### **JURNAL:**

- Birim, B. (2016). *EVALUATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SOCIAL MEDIA AS KEY SOURCE OF STRATEGIC COMMUNICATION*. *Social and Behavioral Sciences*.
- Fajri Ahsanil, H. (2019). *STRATEGI WIRAUSAHAWAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA USAHA ES MATARAM DI KELURAHAN SALUBULO KOTA PALOPO*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO.
- Gunawan Saleh, P. R. (2018). *STRATEGI MEMBANGUN MEDIA DARING MELALUI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (STUDI KASUS PADA*

BERTUAHPOS.COM). *Jurnal Komunikasi*.

Isdarmanto. (2020). *STRATEGI BRANDING PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA 4.0 MELALUI KOMPETITIF MULTIMEDIA DI ERA DIGITAL*. *Journal of Tourism and Creativity*.

Morel, Paul, Peter Preisler and Anders Nystrom. (2002). *Brand Activation*. *Journal Communication*

Prameswari, A. S. (2019). *STRATEGI BRAND ACTIVATION UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS (STUDI KASUS EVENT DEXTONE GOES TO SCHOOL DI SEKOLAH DASAR NEGERI 13 JAKARTA UTARA*. *Ilmu Komunikasi*.

Pratiwi, L. A. (2021). *STRATEGI PENERAPAN BRAND ACTIVATION PARAS ASRI WEDDING ORGANIZER DI ERA PANDEMI COVID-19*. *Pendidikan Tata Rias*

Webisono, S. M. (2016). *STRATEGI KOMUNIKASI EVENT ORGANIZER MOVEM DALAM MEMPERKENALKAN MEREK LOKAL MELALUI PENYELENGGARAAN EVENT SAMARINDA STREET FEST di KOTA SAMARINDA*. *Ilmu Komunikasi*,

Wijaya, I. S. (2015). *PERENCANAAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KEGIATAN PEMBANGUNAN*. *Ilmu Komunikasi*.

Yessy Liembawati, Diah Dharmayanti, R. K. M. R. B. (2014). *ANALISA PENGARUH BRAND ACTIVATION TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND COMMUNITY PADA PT ISM BOGASARI FLOUR MILLS*. *Manajemen Pemasaran*.

Yogesh K. Dwivedei , Elvira Ismagilova, D. L. H. (2021). *SETTING THE FUTURE OF DIGITAL AND SOCIAL MEDIA MARKETING RESEARCH: PERSPECTIVES AND RESEARCH PROPOSITIONS*. *International Journal of Information Management*

#### **SUMBER INTERNET :**

- Hayyu, A. (2021). *Persaingan Bisnis : Strategi Efektif Bangun Persaingan Bisnis yang Sehat*. Jojonomic.Com. <https://www.jojonomic.com/blog/persaingan-bisnis/>. Diakses pada September 2021.
- Pradipta, Y. (2021). *Ada Harapan di 2021! Ini Strategi Bisnis EO saat Pandemi*. Lokalsupportlokal.Id. <https://lokalsupportlokal.id/strategi-bisnis-eo/>. Diakses pada September 2021.
- Suheriadi. (2020). *Begini Strategi Bisnis Event Organizer di Tengah Pandemi*. Infobanknews.Com.<https://infobanknews.com/begini-strategi-bisnis-event-organizer-di-tengah-pandemi/>. Diakses pada Oktober 2021.
- Wallace, S. (2012). *Brand activation: Bringing Brands to Life!* Brandactivation.Ca. <http://www.brandactivation.ca/brand-actvationtrade.html>. Diakses pada Januari 2021
- Wibowo, Vivek Lath, Tracy Lee, K. T. T. (2020). *With effort, Indonesia can emerge from the COVID-19 crisis stronger*. Mckinsey.Com. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/with-effort-indonesia-can-emerge-from-the-covid-19-crisis-stronger>. Diakses pada Oktober 2021.
- Wicaksono, B. (2021). *Virtual event, Salah Satu Solusi di Masa Pandemi*. Djkn.Kemenkeu.Go.Id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13643/Virtual-Event-Salah-Satu-Solusi-di-Masa-Pandemi.html>. Diakses pada Desember 2021.
- Widi, A. (2021). *Cara Menghadapi Persaingan Bisnis di Masa Pandemi*. Kompasniana.Com. <https://www.kompasiana.com/widi18936/5fae05302da237072d3a5073/cara-menghadapi-persaingan-bisnis-di-masa-pandemi>. Diakses pada September 2021.