

## DAFTAR PUSTAKA

- Baskerville, T., & Baskerville, D. (2020). *Music Business Handbook and Career Guide* (S. P. Partners (ed.); 12th Editi). SAGE Publications. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Bucăța, G., & Rizescu, A. M. (2017). The Role of Communication in Enhancing Work Effectiveness of an Organization. *Land Forces Academy Review*, 22(1), 49–57. <https://doi.org/10.1515/raft-2017-0008>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fourth Edi). SAGE Publications. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Dyandraglobal.com
- Eiser, J. R., & Bhavnani, R. (1973). Communication Accuracy as A Function of Information About The Communicator. *European Journal of Social Psychology*, 3(1), 73–81. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420030106>
- Fitriah, M., & Ratnamulyani, I. A. (2015). Pengaruh Komunikasi Persuasif dalam Penyuluhan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga terhadap Perubahan Sikap Para Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Bogor. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 13(2), 1–10. <https://doi.org/10.46937/13201513774>
- Goldblatt, J. (2013). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration* (Seventh Ed). John Wiley & Sons, Inc. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Gushevinalti, Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 83. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>
- Hafidz, I. N. (2017). *CEO : Chief Event Organizer*. Penerbit Gava Media.
- Hayati, E., Purba, A., & Asfriyati. (2016). *Pengaruh Komunikasi Persuasif Bidang terhadap Pengetahuan dan Sikap Ibu tentang Pemberian MP-ASI di Desa Pasar Maga Kecamatan Lembah Sorik Merapi Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2016*.
- IDN Times. 2019. Diakses dari Twitter pada 31 Januari 2023. Link : <https://twitter.com/idntimes/status/1101786511433854976>.
- Idrus, M. (2012). *Metode Penelitian Ilmu Edisi Kedua*.
- Instagram.com/dyandraglobal. Diakses pada 31 Januari 2023
- Instagram.com/miss.e\_s. Diakses pada 31 Januari 2023
- Kelman, H. C. (2016). Processes of Opinion Change. *The Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57–78.

- Kemp, S. 2022. Digital 2022: Global Overview Report, Link : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>. Diakses pada 22 Desember 2022.
- Kim, Y. J. 2022. Indonesia negara yang paling ramai membicarakan K-pop di Twitter 2021. Link : [https://blog.twitter.com/in\\_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter](https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter). Diakses pada 12 Desember 2022.
- Korea.net. Culture and the Arts : Hallyu (Korean Wave). Link : <https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>. Diakses pada 12 Desember 2022.
- Kriyantono, R. (2019). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Kusumasondjaja, S. (2018). The Roles of Message Appeals and Orientation on Social Media Brand Communication Effectiveness: An Evidence from Indonesia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 1135–1158. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2017-0267>
- Lastri, M. T. (2021). *Public Relations Event*. Kencana.
- Leonardi, A. (2013). Pengaruh Sosialisasi Bela Negara terhadap Sikap Bela Negara Guru Sekolah Dasar di Jakarta (Studi Eksplanatori di Direktorat Bela Negara Kementerian Pertahanan Republik Indonesia). *Jurnal Ilmiah Komunikasi MAKNA*, 4(1), 15–35.
- Lim, T., Kurnaedi, J., Lim, J., Jeny, Calvin, & Fatyandri, A. N. (2022). Analisa Pengaruh Negosiasi dan Manajemen Konflik pada Industri Perkapalan (Studi pada PT. Lautan Lestari Permata). *YUME*, 5(3), 22–27. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/2980%0A>  
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/download/2980/1935>
- Malakalamere, M., & Sulistyanyngtyas, I. D. (2014). Pengaruh Kualitas Komunikator dan Kualitas Pesan Terhadap Tingkat Pengetahuan (Studi Eksplanatif Tentang Program Sosialisasi Industri Hulu Minyak dan Gas Bumi INPEX Masela Ltd. di Komunitas Klasis Gereja Protestan Maluku Tanimbar Selatan). *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta Jalan Babarsari 6 Yogyakarta 55281*, 12. <http://e-journal.uajy.ac.id/6435/1/Jurnal.pdf>
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.
- Morissan. (2016). *Statistik Sosial* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Natalia, N. F., Pascarani, N. N. D., & Pradipta, A. D. (2017). *Peranan Humas Perusahaan Aplikasi Transportasi Online Uber Bali Dalam Menjaga Hubungan Dengan Driver*. 1–9.
- Nurfajriani, N. (2020). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan (Harapan Pelanggan) dan

- Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet (Studi Kasus Pada Pelanggan Internet Pt. Telkom Cabang Bima). *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 4(3), 19–28. <https://doi.org/10.24967/jmms.v4i3.795>
- Oklobdzija, S. (2015). The Role of Events in Tourism Development. *Bizinfo Blace*, 6(2), 83–97. <https://doi.org/10.5937/bizinfo1502083o>
- Orús, C., Gurra, R., & Ibáñez-Sánchez, S. (2019). The impact of consumers' positive online recommendations on the omnichannel webrooming experience. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(3), 397–414. <https://doi.org/10.1108/SJME-08-2019-0067>
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in The 21st Century* (Sixth). Routledge.
- Popsters.com
- Putri, I. D. A. H., & Ratmini, N. K. S. (2017). *Etika Profesi dan Profesionalisme Public Relations*. 5(1), 1–8. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>
- Putri, V. K., & Reese, M. (2016). The Impact of 'Korean Wave' on Young Indonesian Females and Indonesian Culture in Jabodetabek Area. *Business and Management Studies Journal*, 3(2), 35–53. <https://doi.org/10.33555/ijembm.v4i1.60>
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Rakhmatin, T. (2017). Pengaruh Komunikasi Persuasif Personal Sales Terhadap Keputusan Pembelian Produk Al-Quran Miracle The Reference E-PEN. *Jurnal Common*, 1(1). <https://doi.org/10.34010/common.v1i1.248>
- Sari, R. N. (2016). *Hubungan Antara Kampanye Sanksi Sistem Kunci Roda Kendaraan dengan Kedisiplinan Pengendara* [Universitas Islam Bandung]. <http://hdl.handle.net/123456789/3197>
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing communications* (9th ed.). Cengage Learning.
- Silvia, S. P. (2018). Kredibilitas Komunikator Dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial Pada Kepala Penerangan Kodam Jaya). *Koneksi*, 2(2), 569. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3938>
- Sofiyanti, & Novita, D. (2020). Peran Trustworthiness, Attractiveness, Expertise Pada Minat Beli (Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Instagram). *Prosiding KNEMA*, 1–11.
- Tan, A. (1981). *Mass Communication : Theories and Research*.
- Techo, V. (2016). Research Methods-Quantitative, Qualitative, and Mixed

methods. *Horizons University Paris, July, 1–6.*  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1262.4886>

Theaker, A., Fawkes, J., Wood, E., & Yaxley, H. (2012). *The Public Relation Handbook 4th Edition*. In *Routledge*. Routledge.

Twitter.com/DyandraGlobal. Diakses pada 31 Januari 2023.

Twitter.com/@O97MINA. Diakses pada 31 Januari 2023.

Twitter.com/yillinglaouzu. Diakses pada 11 April 2023.

Yaşın, B. (2012). *Corporate Reputation and Its Consequences : Evidence From Turkey. July 2012*.

Yus, F. (1999). Misunderstandings and Explicit/Implicit Communication. *Pragmatics*, 487–517. <https://doi.org/10.1075/prag.9.4.01yus>

Yusuf, A. R. V. M., & Prianggono, J. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Sikap Patuh Pedagang Kios Candi Borobudur Pada Protokol Kesehatan. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(6), 179–188.