

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2017). Efektivitas *Marketing Public Relation* dalam Membangun Citra Merek Perusahaan Jasa Telekomunikasi.
- Ardianto & Soemirat. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, E. (2014). Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif
- Bahriyah, E.U. (2019). *Marketing Public Relations – SPOKE PERSON*. Universitas Esa Unggul.
- Cahyaningrum, A.A. (2022). Strategi *Marketing Public Relations* Dua Coffee Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Maraknya Kedai Kopi Di Jakarta.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo Parsada. dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Chahyono, K. (2023). IIMS 2024 Tampilkan Jajaran Artis, Simak Harga Tiketnya. Diakses dari <https://www.gooto.com/read/1809670/iims-2024-tampilkan-jajaran-artis-simak-harga-tiketnya>
- Dini, W.C. (2021). Publikasi Program Riau *Creative Center* (RCC) Oleh Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Provinsi Riau.
- Fidiyanto, D. (2023). *Public Relations Dalam Kegiatan Marketing*
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media
- Geraldine, S. (2023). Strategi *Public Relations* IndonesiaX Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Aktivitas *Public Relations*.
- Jatmiko. (2014). *Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Memperkuat Pasar*
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kriyantono, R., (2008). *Public Relations Writing : Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*.
- Ningsih, B. (2024). Mahalini Hingga Tulus Jadi Line Up Terbaru di IIMS Infinite Live 2024. Diakses dari https://venuemagz.com/event/mahalini-hingga_tulus-jadi-line-up-terbaru-di-iims-infinite-live-2024/

- Nur Fauzi, M.A. (2022) Strategi *Public Relations* Dalam Membangun Brand Image Kedai Kopi Ramah Lingkungan (Studi Deskriptif Pada Stuja Coffee).
- Nurizal, Z.F. (2023). Festival Musik Diproyeksikan Tumbuh Dua Kali Lipat pada 2023. Diakses dari <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/01/05/imbaspencabutanppkm-festival-musik-diproyeksikan-tumbuh-dua-kali-lipat>
- Puspita, I.M. (2019). *Marketing Public Relation* Peremajaan Merek sebagai Strategi Pemasaran dalam Membangun Citra Produk Baru.
- Ratnasari, T. R. (2018). Pengaruh Kualitas Publikasi *Event The Sounds Project* Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Pengetahuan Masyarakat Mengenai Musik Indie (Survei Kepada Followers Instagram The Sounds Project).
- Ruslan, R (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada
- Santoso, P.Y., & Riskiyanti, T. (2014). Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Melaksanakan Special Event Program Paket Close User (CUG) PT.Indosat TBK.
- Sitepu, E.S. (2018). *Professional Public Relations*. USU Press.
- Suyanto, M. (2009). Strategi Membangun Merek pengunjung stasiun Jakarta-Kota).
- Tresnawati, Y. (2015). Strategi *Marketing Public Relation* Pada Event Jakcloth 2014.
- Widiyanisari, A. (2018). Analisis Pengaruh *Social Media Interacion* terhadap *Emotional Attachment, Brand Relationship Quality*, serta Implikasinya terhadap *Word Of Mouth Interaction* Telaah Pada Pengunjung Festival Musik We The Fest.
<https://indonesianmotorshow.com/>
<https://kumparan.com/jendela-dunia/iims-infinite-live-2024-jadwal-lokasi-dan-cara-beli-tiketnya-222tgRWA0j>
 (Diakses pada 15 Mei pukul 13.00. WIB)
<https://soundcorners.com/konser-musik-iims-infinite-live-2024-akan-dimeriahkan-artis-nasional-simak-jadwal-dan-harga-tiketnya/>
 (Diakses pada 15 Mei pukul 13.00. WIB)