



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Hestanto. (2019). *Konsep Dasar Social Media Marketing atau Pemasaran Media Sosial*. Retrieved from hestanto.web.id:
<https://www.hestanto.web.id/social-media-marketing/>
- Iriantara, Y. (2008). *Media Relations: Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis.
- Kilkenny, S. (2011). *The Complete Guide to Successful Event Planning*. Florida: Atlantic Publishing Group, Inc.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Riadi, M. (2018, November 21). *Pengertian, Bauran dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Retrieved from kajianpustaka.com:
<https://www.kajianpustaka.com/2018/11/pengertian-bauran-dan-strategi-komunikasi-pemasaran.html>
- Riadi, M. (2019, April 28). *Pengertian, Jenis, Karakteristik dan Manajemen Event*. Retrieved from kajianpustaka.com:
<https://www.kajianpustaka.com/2019/04/manajemen-event.html>
- Rita. (2017, Agustus 8). *Social Media Marketing*. Retrieved from binus.ac.id:
<http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2017/03/social-media-marketing/>
www.multipolar.com