



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

- Afianto, H. (2020, May 02). CEO PT Sinar Penata Acara. (S. Amanda, Interviewer)
- Ardial. (2014). Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. In Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (pp. 64, 359 - 360). Jakarta: PT Bumi.
- Bladen, C., Kennel, J., & Abson, E. (2013). events management: an introduction. In C. Bladen, J. Kennel, & E. Abson, *events management: an introduction* (p. 3). London: Routledge.
- Christina Jaya, Y. (2019). Strategi Komunikasi Kompasiana sebagai Wadah bagi Komunitas melalui Event Indonesia Community Day 2018. *Strategi Komunikasi Kompasiana sebagai Wadah bagi Komunitas melalui Event Indonesia Community Day 2018*, 77.
- Creswell, J. W. (2013). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. In J. W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (pp. 36-37 , 27 -39). Yogyakarta: SAGE Publications.
- Cutlip, C., & Broom. (2006). Effective Public Relations. In C. Cutlip, & Broom, *Effective Public Relations* (p. 35). USA: Prentice Hall.
- Dewi, M., & Runyke, M. (2013). Peran Public Relations Dalam Event Management. *Peran Public Relations Dalam Event management: Studi kasus Terhadap Peran Public Relations Galeri Mall dan Plaza Ambarukmo dalam pengelolaan event managment*, 82.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran . In I. Doembana, A. Rahmat, & M. Farhan, *Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran* . Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Fransis, P. (2019). Perencanaan Event Management Kompasiana Carnaval dalam Membangun Loyalitas Kompasianer (Studi Kasus Event Kompasianival 2018). *Perencanaan Event Management Kompasiana Carnaval dalam Membangun Loyalitas Kompasianer (Studi Kasus Event Kompasianival 2018)*., 82.
- Goldblatt, J. (2014). Special Events Creating and Sustaining a New World for Celebration. In J. Goldblatt, *Special Events Creating and Sustaining a New World for Celebration* (p. 45). New York: John Wiley & Sons.
- Iriantara, Y. (2004). Manajemen Startegi Public Relation. In Y. Iriantara, *Manajemen Startegi Public Relation* (pp. 20-21). Jakarta: Ghalia.
- Iriantara, Y. (2010). Community Relations: Konsep dan Aplikasinya. In Y. Iriantara, *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya* (p. 30). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Komunikasi, B. (2019, Oktober 24). *Nusatic 2019, Event Terbesar di Dunia yang Dapat Menghidupkan Ekonomi Kecil, Menengah, dan Industri Ikan Hias Besar Nasional*. Retrieved Juni 9, 2020, from Nusatic 2019, Event Terbesar di Dunia yang Dapat Menghidupkan Ekonomi Kecil, Menengah, dan Industri Ikan Hias Besar Nasional: <https://maritim.go.id/nusatic-2019-event-terbesar-dunia-dapat-menghidupkan-ekonomi/>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. In P. Kotler, & G. Amstrong, *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education, Inc.
- Lestari, D. P. (2017). Seminar dan workshop penelitian. *Paradigma Penelitian*, 1.
- McCabe, S. (2012). *Marketing Communication in Tourism & Hospitality*. . In S. McCabe, *Marketing Communication in Tourism & Hospitality*. . New York: Butterworth-Heinemann.
- McCartney, G. (2010). *Event Management: an asian perspective*. In G. McCartney, *Event Management: an asian perspective* (p. 7). Singapore: Mc Grill Hill.
- McCartney, G. (2010). *Event Management: An Asian Perspective*. McGraw-Hill Asia.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative Research A Guide and Implementation*. In S. B. Merriam, & E. J. Tisdell, *Qualitative Research A Guide and Implementation* (p. 105). San Fransisco: Jossey-Bass.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. In D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (pp. 9, 180). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Noor, A. (2009). *Management Event*. In N. Any, *Management Event* (pp. 13-15). Bandung: Alfabeta.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. In A. Noor, *Manajemen Event* (p. 9). Bandung: Alfabeta.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. In F. Nova, *Crisis Public Relations* (pp. 52-53). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pardede, P. (2009). *Paradigma Penelitian [online]*. Retrieved from <http://parlindunganpardede.com/class-assignment/research/articles/paradigma-penelitian/>
- Razaq, P. T. (2013). *Event Management Principles & Practice*. In P. T. Razaq, *Event Management Principles & Practice* (p. 16). London: SAGE.

- Richard, M. (2019, Februari 13). *Industri Event Organizer Diproyeksi Tumbuh 20% Tahun Ini*. Retrieved July 9, 2020, from Industri Event Organizer Diproyeksi Tumbuh 20% Tahun Ini: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproyeksi-tumbuh-20-tahun-ini>
- Ruslan, R. (2010). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. In R. Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (p. 231). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2013). Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Salim, A. (2016). Teori dan Paradigma Penelitian Sosial. In A. Salim, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial* (pp. 63-64, 70, 118). Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Setiawan, A. A. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. In A. A. Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (pp. 1,20). Sukabumi: CV Jejak.
- Shone, A., & Parry, B. (2010). *Successful Event Management: A Practical Handbook, Third Edition*. Cengage Learning.
- Suharsaputra, U. (2012). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan. In U. Suharsaputra, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan* (p. 213). Bandung: PT. Refika Aditama.
- Triadi, D. (2020, May 02). Departement Head PT Sinar Penata Acara. (S. Amanda, Interviewer)
- Tuckwell, K. (2014). Intergrated Marketing Communication Strategic Planning Perspective Fourth Edition. In K. Tuckwell, *Intergrated Marketing Communication Strategic Planning Perspective Fourth Edition*. United States of America: Pearson Canada Inc.
- Wilcox, D. (2015). Public Relations Strategies and Tactics. In D. L. Wilcox, *Public Relations Strategies and Tactics* (p. 33). USA: Pearson Education, Inc.
- Yazan, B. (2015). "Three Approaches to Case Study Methods in Education: Yin, Merriam, and Stake". *The Qualitative Report 2015*.
- Yin, R. K. (2009). Studi Kasus: Desain dan Metode. In R. K. Yin, *Studi Kasus: Desain dan Metode* (p. 4). Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Yin, R. K. (2018). Studi Kasus: Desain dan Metode. In R. K. Yin, *Studi Kasus: Desain dan Metode* (pp. 4, 101,104, 222, 224). Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Yudawarti, G. A. (2014). Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi. *Jurnal ilmu komunikasi volum 1, Nomor2*.

Zamrudi, F. M. (2020, June 2). Co Founder Nusatic. (S. Amanda, Interviewer)