



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

- Adona, Fitri. 2006. *Citra dan Kekerasan Simbolik dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang: Andalas University Press.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H., & Broom, Glen M. 2006. *Effective Public Relations*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung: CV. Mandar Maju
- Goldblatt, Joe. 2010. *Special Events: A New Generation and the Next Frontier (6th Ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Gregory, Anne. 2015. *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach*. United Kingdom: Kogan Page
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: PT. Erlangga
- WetFeet. 2005. *Careers in Advertising & Public Relations*. San Francisco: WetFeet, Inc.
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event : Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.

