

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, N. F. (2020, Desember 7). *Mengenal Tujuan Evaluasi, Pahami Fungsi dan Pengertiannya*. Retrieved from merdeka.com:
<https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-tujuan-evaluasi-pahami-fungsi-dan-pengertiannya-klm.html>
- bnpb.go.id. (2021). *Sejarah Berdirinya BNPB*. Retrieved from Sejarah BNPB:
<https://bnpb.go.id/sejarah-bnpb>
- bps.go.id. (2020). *Agustus 2020: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 7,07 persen*. Retrieved from Badan Pusat Statistik:
[https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html#:~:text=Tingkat%20pengangguran%20terbuka%20\(TPT\)%20Agustus,juta%20orang%20dari%20Agustus%202019](https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html#:~:text=Tingkat%20pengangguran%20terbuka%20(TPT)%20Agustus,juta%20orang%20dari%20Agustus%202019)
- glints.com. (2021). *MNC Portal*. Retrieved from MNC Portal Indonesia:
<https://glints.com/id/companies/mnc-portal-indonesia/04a44910-2bde-4760-8161-e0cbaed3babe>
- Harmony. (2021, February 24). *Apa Itu Marketing Communication? Berikut Pengertian Lengkapnya*. Retrieved from harmony.co.id:
<https://www.harmony.co.id/blog/apa-itu-marketing-communication-berikut-pengertian-lengkapnya>
- Kholik, A. (2020). *Special Event Management Dalam Membangun Social Identity*. *journal.unj.ac.id*,
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/17902/9669>. Retrieved from journal.unj.ac.id.
- koranbumn.com. (2021). *Pacu Generasi Muda berbisnis, Bank Mandiri Gelar Wirausaha Muda Mandiri 2021*. Retrieved from koranbumn.com:
<https://koranbumn.com/2021/09/pacu-generasi-muda-berbisnis-bank-mandiri-gelar-wirausaha-muda-mandiri-2021/>

Lemhannas.go.id. (2021). *SEJARAH DAN PERKEMBANGAN LEMHANNAS RI*. Retrieved from SEJARAH: <http://www.lemhannas.go.id/index.php/profil/sejarah>

Liembawati, D. D. (2014). ANALISIS PENGARUH BRAND ACTIVATION TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND COMMUNITY PADA PT ISM BOGASARI FLOUR MILLS. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1.

Lubis Mahdalena, L. M. (2017). Pencapaian Brand Corporate Melalui Brand Activation. *Jurnal Komunikasi*, 4.

mnc.co.id. (2021). *Siapa Kami*. Retrieved from Tentang Kami: <https://mnc.co.id/id/who-we-are/about>

mnc.co.id. (2021). *Siapa Kami*. Retrieved from Tentang Kami: <https://mnc.co.id/id/who-we-are/about/>

mnc.co.id. (2021, - -). *Sindonews.com*. Retrieved from MNC: <https://mnc.co.id/id/business/digital>

Mutia Dewi, M. R. (2013). Peran Public Relations dalam Manajemen Event (Studi Terhadap Peran Public Relations Gleria Mall dan Plaza Ambarrukmo dalam Pengelolaan Event Tahun 2013). *Journal. uii.ac.id*, 81.

Portal, T. M. (2021, September 9). *Indonesia Visionary Leader, Strategi Jitu Visi 15 Kepala Daerah Bangkit dari Pandemi Covid-19*. Retrieved from [sindonews.com: https://nasional.sindonews.com/read/535936/12/indonesia-visionary-leader-strategi-jitu-visi-15-kepala-daerah-bangkit-dari-pandemi-covid-19-1631160558](https://nasional.sindonews.com/read/535936/12/indonesia-visionary-leader-strategi-jitu-visi-15-kepala-daerah-bangkit-dari-pandemi-covid-19-1631160558)

Tulasi, D. (2012). *MARKETING COMMUNICATION DAN BRAND AWARENESS*. *eprints.binus.ac.id*, 216.

wirusahaumdamandiri.co.id. (2021). *Wirausaha Muda Mandiri*. Retrieved from [wirusahaumdamandiri.co.id: https://wirusahaumdamandiri.co.id/](https://wirusahaumdamandiri.co.id/)