

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Hafied Changara, 1952- (penulis). (2016; ©1998). *Pengantar ilmu komunikasi/ Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.Sc.*. Jakarta :: RajaGrafindo Persada,.

Kotler, Philip, (pengarang); Hermawan Kartajaya (pengarang); Iwan Setiawan (pengarang); Fairano Ilyas (penerjemah); Tarigan, Andi (editor). (2019; © 2017). *Marketing 4.0 : bergerak dari tradisional ke digital / oleh, Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan ; penerjemah, Fairano Ilyas ; editor, Andi Tarigan.* Jakarta :: Gramedia Pustaka Utama,.

Lip, E. Y., Catherwood, D. W., & Van Kirk, R. L. (1992, August 4). *The Complete Guide to Special Event Management.* John Wiley & Sons.

Ortiz, Claire. (2019). *Social Media Success for Every Brand: The Five Pillars That Turn Posts into Profits.* HarperCollins Christian Publishing.

Wendratama, E. (2017). *Jurnalisme Online: Panduan Membuat Konten Online yang Berkualitas dan Menarik.* Yogyakarta: Bentang Pustaka

Jurnal

Chandra, S. Andrew, R. (2018). *Peran Media Sosial Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta Barat*, 536-538

Fernandi, H.A. (2017) *Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness Dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya*, 2-5

Firlyana, F. (2023, June 3). *Admin Media Sosial: Pengertian, Tugas, dan Skill yang Dibutuhkan.* © 2023 Dailysocial.id. <https://dailysocial.id/post/admin-media-sosial#:~:text=Tugas%20admin%20media%20sosial%20dapat,untuk%20dipublikasikan%20pada%20waktu%20tertentu>

Gerald, G. (2019) *Aktivitas dan Peran Social Media Specialist di PT Pop Digital Indonesia* 3-6

Indriati, L. (2016) *Pembentukan Brand Engagement Pada Pelanggan Telkomsel Dan Indosat Melalui Media Sosial Facebook, Twitter Dan Instagram*, 18-22

Kurniawan, J. (2023, June 20). *Manajemen Event: Pengertian, Karakteristik, Tahapan, serta Contohnya.* BusinessTech HashMicro. <https://www.hashmicro.com/id/blog/manajemen-event/>

- Nugraha, Y.I. (2021). PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI ONLINE YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP KONSUMEN TERHADAP PEMASARAN MEDIA SOSIAL (STUDI PADA KONSUMEN DAZZLE). S1 thesis, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
- Putri, V. N., & Paramita, S. (2023, June 19). Strategi Komunikasi Perusahaan Fashion di Sosial Media dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Kiwari*, 2(2), 303–309.
- Santoso, N. (2018). Peran Social Media Specialist dalam Membantu Meningkatkan Brand Awareness di Kotakmedia Indonesia.
- Tafarannisa, M. A., Nursilah, N., & Haerudin, D. (2021, November 30). Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom Di Masa Pandemi Covid- 19. *Jurnal Seni Tari*, 10(2), 168–175.
- Taan, H. Radji, D.L (2021) Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 317-319
- Veby, Z. (2019) Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek, 75-77

