

DAFTAR PUSTAKA

- An, R. (2024). The Role of Digital Media in Shaping Public Relations: Developing Successful Online Communication Strategies for Enterprises. *<https://doi.org/10.56868/Jadhur.V3i3.246>*.
- Anggoro, dwi, Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, C., Purwati, E., & Ridho, N. I. (2023). Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. 7. *<https://doi.org/http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>*
- Ayunisa, N., & Sholeh, M. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19. *<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/45051/38200>*, 10(01).
- Dewi, E. K., & Syafganti, I. (2022). Analisis Tahapan Pelaksanaan Event CSR Berdasarkan Konsep Donald Getz. *<https://doi.org/10.32722/bev.v3i11.5458>*.
- Dharma, J. P. (2025). Manajemen Event Seorang Penataan Pertunjukan. *<https://lsppariwisata.com/sertifikasi-profesi-pariwisata/manajemen-event-seorang-penataan-pertunjukan/>*.
- Fitriyanti, N. (2023). Manajemen Media Sosial Sekolah Di Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah Karanganyar. *<https://doi.org/10.54437/alidaroh.v7i1.676>*, 7(1).
- Getz, D., & Page J, S. (2024). *Event Studies : Theory and Management for Planned Events* (5th ed.). Routledge.
- Goldblatt, J. (2010). *Special Events: A New Generation and the Next Frontier* (J. Wiley, Ed.; 6th ed., Vol. 13). *<https://books.google.co.id/books?id=6NI8-r59D0AC>*.
- Humas Indonesia. (2024, January 19). Kenali 4 Tingkatan “Brand Awareness.” *<https://www.humasindonesia.id/berita/kenali-4-tingkatan-brand-awareness--1795>*.

- Kementerian Hukum. (2025). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. <https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Home/Details/43920/Uu-No-20-Tahun-2003>.
- Khaerunnisa, D. E. (2024). Pelaksanaan Event Workshop Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness Masyarakat Mengenai Life And Co [Project]. Diponegoro University.
- Maskuri, A. R. A., & Fimaisarah, A. (2024). *Digital Revolution in Islamic Education: Building the Branding of Religious Schools in Rural Indonesia through Innovative Digital Marketing Strategies*. <https://doi.org/10.33650/Jumpa.V5i2.7348>, 5(2).
- Parinussa, Y. O., Sadono, P. T., & Hamim. (2025). Strategi Komunikasi Organisasi dalam Pencapaian Akreditasi Unggul di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. <https://doi.org/10.47134/Jbkd.V2i2.3556>, 2(2).
- Putriharsari, R., & Fauziah, Y. P. (2020). Manajemen Pengasuhan Anak Usia Dini Pada Ibu Yang Bekerja: Sebuah Studi Literatur. <https://doi.org/10.21009/JIV.1502.4>, <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jiv/issue/view/1263>.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. <https://doi.org/10.33822/Gk.V3i1.1704>, 3(1).
- Ramadani, K. A. B. (2023). Strategi Public Relations Melalui Produksi Konten Tiktok Untuk Meningkatkan Engagement Rate Di Cv.Pelangi Multi Kreasindo. Diponegoro University.
- Rosady, R. (2002). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi. Rajagrafindo Persada.
- Sinaga Putri, E., Ratnasari, L. S., & Hadi Aminudin. (2021). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, Disiplin Kerja, Komitmen Organisasional dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil. www.jurnal.unrika.ac.id/index.php/Equi, 8(2), 104–110.
- Winiharti, K., Simbolon, B., & Sinaga, D. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SD Santo Bellarminus Bekasi., [10.58258/jime.v9i2.4882](https://doi.org/10.58258/jime.v9i2.4882)