

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarrukmo. (2025). *Land of Leisures 2025 Rayakan Tahun ke-9 Lewat “Resonance of Us.”* <https://ambarrukmo.com/land-of-leisures-2025-rayakan-tahun-ke-9-lewat-resonance-of-us/>
- Amelia Natha Santika. (2024). Strategi Public Relations Dalam Membangun Keterlibatan Masyarakat Pada Event Kebumen International Expo 2023. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi, Volume 9.*(3), 625–644. <https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/234/146>
- Andersson, R. (2023). Public Relations Strategizing: A Theoretical Framework for Understanding the Doing of Strategy in Public Relations. *Journal of Public Relations Research, 36*(2), 91–112. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2023.2259523>
- Aprilia, A. P., & Anisa, R. (2023). Strategi efektif dalam manajemen event venue Timezone di Mall Margocity Depok. *Comdent: Communication Student Journal, 1*(2), 306–321. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i2.51773>
- Azizah, N., & Lovett, M. (2021). Analisis Event Marketing dalam Meningkatkan Citra Merek STIKOM InterStudi. *Prosding Hubungan Masyarakat, 7*(1), 312–321. <http://dx.doi.org/10.29313/.v7i1.27189>
- Bella Yolanda, & Rahayu Surasmi. (2024). Strategi Komunikasi Public Relations Hotel Four Points Bandung Dalam Menghadapi Krisis Covid-19. *Media Bina Ilmiah, 18*(8), 1987–1998. <https://doi.org/10.33758/mbi.v18i8.737>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, 21*(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Fikri, M. H., Murhayati, S., & Darmawan, R. (2025). Kebebasan Data dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 9*, 13057–13065.
- Gelaran *Land of Leisures 2024 Catatkan Lebih dari 100 Ribu Pengunjung.* (2024). Ambarrukmo. <https://ambarrukmo.com/gelaran-land-of-leisures-2024-catatkan-lebih-dari-100-ribu-pengunjung/>
- Goldblatt, J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration* (7th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Hamsinah, H., Yolanda, A., & Toruan, R. R. M. L. (2021). Penyelenggaraan Event “BRI RUN” Dalam Meningkatkan Brand Image PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. *Jurnal Cyber PR, 1*(1), 22–31. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1413>
- Hasanudin, U. (2024). *Land of Leisures: Shout It Out 2024 Resmi Dibuka.* 5 September 2024. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2024/09/05/510/1187215/land-of-leisures-shout-it-out-2024-resmi-dibuka>
- Ismailidina, I., Hasibuan, E. J., & Hidayat, T. W. H. W. (2020). Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 2*(1), 12–17.

- <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.175>
- IVENDO. (2025). *Survei Industri Event Nasional 2024-2025*.  
<https://ivendo.or.id/hasil-survei-industri-event-nasional-2024-2025/>
- Laksmi, P. A. S., & Arjawa, I. G. W. (2023). *KEARIFAN LOKAL DALAM Mendukung Pengembangan Industri Kreatif di Provinsi Bali*. 4(1), 1–15.
- Meilina, I., & Patrianti, T. (2023). Event Management PT Neo Expo Promoside Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Eent IFBC 2022). *Journal of Educational and Cultural Studies*, 2(2), 43–50.
- Nanggala, A., & Indonesia, U. P. (2020). Peran Generasi Muda Dalam Era New Normal. *Widya Wacana: Jurnal Ilmiah*, 15(2), 81–92.  
<http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/widyawacana/article/view/3827/3243>
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Alfabeta.
- Prismadani, N. G., Rahmanto, A. N., & ... (2025). Optimizing KIM Strategy as Village Public Relations in the Digital Era. ..., 261–276. <https://proceeding-mediacon.petra.ac.id/index.php/med/article/view/20%0Ahttps://proceeding-mediacon.petra.ac.id/index.php/med/article/download/20/18>
- Putri, A., Rafdeadi, Hazar Sitorus, S., & Azwar. (2024). Loyalitas Konsumen: Strategi Komunikasi Pemasaran Lakosa Coffee. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 78–92.
- Putu Sri Widyastini Susila Ni, & Isnaini Santi. (2023). Strategi Public Relations Mandalika Grand Prix Association (MGPA) dalam Manajemen Event World Superbike 2022. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(2), 172–194.  
<https://doi.org/10.20473/medkom.v3i2.42163>
- Rahmadani, F., & Andrini, S. (2021). Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (Iims). *Jurnal Audience*, 4(01), 38–59.  
<https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4203>
- Rahmani, D. A., Muhayati, S., & Kholis, I. (2025). Analisis data kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 180.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Rautela, S. (2021). Social Media for New Product Launch: A Study of Social Media Platforms Across the RACE Planning Framework. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 15(5), 187–204.  
<https://doi.org/10.3991/ijim.v15i05.18147>
- Rusydi, F. S., Wibawa, D., & Tresnawaty, B. (2021). Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Malam. *Jurnal Hubungan Masyarakat*, 6(2), 181–200.  
[http://digilib.uinsgd.ac.id/60961/%0Ahttp://digilib.uinsgd.ac.id/60961/49/4\\_BAB 1.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/60961/%0Ahttp://digilib.uinsgd.ac.id/60961/49/4_BAB%201.pdf)
- Suwanto. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. PT Remaja Rosdakarya.
- Syawalludin, M. N. N., Talaohu, N., Rumakat, A., & Mutmainna, T. (2024). Strategi Komunikasi dan Branding dalam Manajemen Event: Membangun Identitas Acara yang Kuat. *Al-Mumtaz: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 70–81. <https://doi.org/10.47945/Al-Mumtaz.v1i2.xx>

- Tifan, Z. Z., & Azwar. (2025). Peran Hubungan Masyarakat Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi (KPw) Kalimantan Barat dalam Event Saprahan Khatulistiwa 2025. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(3), 2406–2419. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i3.4773>
- Wulandari, P. E. Y., & Kanzulfikar, A. (2021). Teknologi Komunikasi Baru Dan Industri Event: Dampak Dan Tantangan (Studi Kasus Sanur Village Festival Bali, Indonesia). *Komunika*, 4(2), 176–188. <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i2.9463>