

Daftar Pustaka

Jurnal

- Azizah, P. N., & Wiwitan, T. (2021). Strategi Brand Activation dalam Meningkatkan Corporate Branding di Garis Temu. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 417.
- Damanik, D., & Wibowo, F. S. (2018). IMPLEMENTASI STRATEGI 4P DALAM MENINGKATKAN FREKUENSI PUBLIC EVENT DI HARRIS HOTEL AND CONVENTIONS BEKASI (HHCB). *National Of Creative Industry*, 216-217.
- Firmansyah, Mujianto, H., & Kurniawan, A. W. (2022). Motif Event Organizer Napak Jagat Pasundan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8-9.
- Golz, L. (2022). Brand activation in thanatourism: A comparative study of the Bram Stoker Festival and the Whitby Goth Weekend. *Technological University Of The Shannon*, 1.
- Lubis, M., & Ganiem, L. M. Pencapaian Brand Corporate Melalui Brand Activation Pendekatan Experiential Marketing (Studi Kasus Laboratorium Klinik). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2-5.
- Mitra, A., Gau, S. S., & Giacosa, E. (2019). Combining organizational change management and organizational ambidexterity using data transformation. *Emerald Insight*.
- Nur'aini, R. D. (2020). PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU. *Inersia*.
- Pratiwi, L. A., Pritasari, O., Wilujeng, B., & Puspitorini, A. (2021). Strategi Penerapan Brand Activation Paras Asri Wedding Organizer Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Tata Rias*, 69-70.
- Rasyid, E., & Wijiharto Tunggal, A. P. (2022). Strategi Brand Activation Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah Di Masa Pandemic Covid-19. *Profesi Humas*, 181.
- Sukasari, G. A., Parma, G. P., & A.A.N.Y.M. , M. (2019). Strategi Penanganan Event Pada Hotel The Laguna, A Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 17-18.

Susena, A. E. (2022). Strategi Komunikasi Event Organizer Dalam Menerapkan Brand Activation Perusahaan Di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 117.

Website

Angelia, D. (2022, Mei Kamis). *Platform Online Meeting Terpopuler Selama Pandemi Covid-19*. Diambil kembali dari GoodStats: <https://goodstats.id/article/platform-online-meeting-paling-populer-selama-pandemi-covid-19-oDEIB>

Finaka, A., Nurhanisah, Y., & Chyntia . (April, 2023). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*. Diambil kembali dari Indonesiabaik.id: <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>

Sabiila, S. I. (2022, Maret Rabu). *Kasus Corona Pertama di Indonesia, Ini Kilas Balik Usai 2 Tahun Berlalu Baca artikel detiknews, "Kasus Corona Pertama di Indonesia, Ini Kilas Balik Usai 2 Tahun Berlalu" selengkapnya* <https://news.detik.com/berita/d-5964691/kasus-corona-pertama-di-indones>. Diambil kembali dari detiknews: <https://news.detik.com/berita/d-5964691/kasus-corona-pertama-di-indonesia-ini-kilas-balik-usai-2-tahun-berlalu>

Buku

Fill, C. (2013). *Marketing Communications brand, experiences and participan*. United Kindom: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. United Kingdom: Prentice Hall.

Syoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif & R&D*. Bandung: ALFABETA BANDUNG.