

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, S. D. S., Romadhan, M. I., & Ayuningrum, N. G. (2025). Manajemen reputasi dalam membangun citra brand “Sak Karepe” melalui program *special event*. *Jurnal Semakom*, 6316/3518. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/6316/3518>
- Andhita Sari. (2017). *Public relations*. Dalam Kusumastuti (Ed.). Pusat Penerbitan Universitas.
- ANTARA. (2024). Perhumas dan Katadata selenggarakan World Public Relations Forum 2024 di Bali. *Antara News*. <https://www.antaranews.com>
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). *Events management* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Chi, C. G. Q., Ouyang, Z., & Xu, X. (2018). Changing perceptions and reasoning process: Comparison of residents' pre- and post-event attitudes. *Annals of Tourism Research*, 71, 9–22.
- Chukwu, O. J. (2023). Understanding event management through public relations prisms: The implications and the emerged paradigms. *Integration: Journal of Social Sciences and Culture*, 1(4), 122–129.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Edelman. (2024). 2024 Edelman Trust Barometer global report: Innovation in peril. Edelman Trust Institute.

Entrust Cybersecurity Institute. (2024). 2025 identity fraud report: AI-assisted fraud and the rise of deepfakes. Entrust.

Fajrina, R. S. (2012). Pengaruh reputasi perusahaan dan komunikasi word-of-mouth terhadap pembuatan keputusan melamar kerja. *Jurnal Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Korporasi*.

Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press.

Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The reputation quotient: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *The Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255.

Fombrun, C. J., & Riel, C. B. M. van. (2004). *Fame and fortune: How successful companies build winning reputations*. Pearson Education.

Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.

Global Alliance for Public Relations and Communication Management. (2024). *World Public Relations Forum 2024*. <https://www.globalalliancepr.org>

Goldblatt, J. (2014). *Special events: Creating and sustaining a new world for celebration*. John Wiley & Sons.

Hani, R. (2021). Strategi event public relations pada expo ASESI dalam membangun reputasi Sekolah Sunnah: Studi kasus expo ASESI. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 55–64.

Hartono, N. A., Dida, S., & Hafiar, H. (2017). Pelaksanaan kegiatan special event Jakarta Goes Pink oleh Lovepink Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 11(2).

Harwinda, A., & Ikhsano, A. (2020). *Pengaruh special event pembukaan ASIAN GAMES ke-18 tahun 2018 terhadap reputasi Ketua Panitia INASGOC*. Universitas Budi Luhur.

Ismail, T., Barinta, D. D., Ratnandika, Y., & Puspaningrum, A. (2025). *Event management: Strategi dalam membangun warisan merek*. Rajawali Pers.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2013). *Manajemen event*. Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Nonformal dan Informal, Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.

Marendah, E. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Penerbit Zaini.

Mohamed, G. A. A., & Abd El-latief, M. F. (2023). *Evaluating the impacts of special events on promoting and developing tourism and hospitality sectors: A case study of COP27, Sharm El-Sheikh, Egypt*. Academia.edu.

Nabilah, D. S. (2024). Event pameran lukisan Garrrya Bianti dalam membangun community relations. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 9(4), 992–1002.

Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.

Noor, A. (2013). *Manajemen event*. Alfabeta.

Nugroho, M. N. S. (2024). Strategi komunikasi dan branding dalam manajemen event: Membangun identitas acara yang kuat. *Al-Mumtaz: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 70–81.

Perhumas. (2024). *Profil dan sejarah Perhumas*. <https://perhumas.or.id>

Rafli, Z. P., & Dewi, R. (2025). Manajemen event public relations High Tea Talks by Eugenia Communications. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 2(4), 1190–1200.

Ramadhan, R., & El Adawiyah, S. (2023). Pengaruh special event Jakarta Sneakers Day terhadap citra PT. Infia Pariwisata Nusantara. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran UHO*, 2(3).

Rayhan, A., & Muksin, N. N. (2025). Manajemen public relations dalam mengelola reputasi pada organisasi PERHUMAS. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(2), 86–100.

Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. M. B. (2021). *Buku ajar dasar-dasar public relations*. Umsida Press.

Ruslan, R. (2021). *Manajemen public relations & media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi* (Ed. Rev.). Rajawali Pers.

Saleh, S. (2023). *Buku referensi mengenal penelitian kualitatif*. Penerbit Buku Referensi UNM.

Santoso, P. Y., & Riskiyanti, T. (2014). Strategi marketing public relations dalam melaksanakan special event program paket close user group (CUG) PT. Indosat Tbk. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), 130–154.

Sinaga, D. (2023). *Buku ajar metodologi penelitian kualitatif*. UKI Press.

Soteriades, M. D., & Dimou, I. (2013). Special events: A framework for efficient management. *Event Tourism and Cultural Tourism*, 91–108.

Stake, R. E. (2010). *Qualitative research: Studying how things work*. The Guilford Press.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sunoto, S. S. W., Naila, N. P., & Rosana, A. (2026). Komunikasi strategis special event kompetisi TIK dalam membangun citra inklusif BAKTI Komdigi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).

Trimanah. (2012). Reputasi dalam kerangka kerja public relations. *Jurnal Ilmiah Komunikasi MAKNA*, 3(1), 92–102.

Yulianita, N. (2007). *Dasar-dasar public relations*. Pusat Penerbitan Universitas Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung (P2U – LPPM Unisba).