
PERAN EVENT DALAM PEMBENTUKAN CITRA REDLINE MANAGEMENT & TALENT SCHOOL

Oleh

Yulita Puspitasari¹, Dian Esti Nurati², Siswanto³

Abstract

This research entitled The Role Of Event In the Formation of Image at Redline Management & Talent School. Perception expressed by some people if the modelling world as closely identified with negative life, like glamour and popularity was always being priority. This factor making Redline Management & Talent School motivated to establish the school and talent agency that focuses on developing talent and character through the role of event. The purpose of this research was to determine how the role of event in the formation of image at redline management & talent school.

Keywords : *Public Relation and Company's Image*

Pendahuluan

Lahirnya sebuah lembaga penyalur *entertainer* mencetak *talent* yang handal dalam dunia panggung dalam rangka menghibur masyarakat luas baik itu secara *live* maupun melalui media massa elektronik dan media massa cetak. Dari sekian banyaknya *entertainer* di dunia ini juga tak lupuT dari perbedaan yang bervariasi, yaitu seperti *entertainer* yang murni berprestasi tapi ada juga *entertainer* yang hanya mencari ketenaran dan sensasi semata. Sebagai contoh seorang publik figur yang selalu membuat sensasi justru menjadi bahan pembahasan kalangan, tetapi publik figur yang terkenal prestasi justru tidak banyak diberitakan.

Di sisi lain tipikal dua artis di mata masyarakat ini jelas memiliki perbedaan yang signifikan artis berprestasi mendapat persepsi yang baik karena dapat dijadikan sumber motivasi dan inspirasi sehingga ia memiliki citra yang positif walaupun ia minim pemberitaan, sedangkan artis yang penuh akan sensasi cenderung dipandang sebelah mata karena ramai diperbincangkan, banyak disorot dan menuai banyak kritikan, semakin ia memiliki banyak kritikan ia semakin memiliki reputasi yang negatif. Hal ini lebih sering terjadi pada seorang model. Citra seorang model yang masih dianggap sebelah mata oleh beberapa masyarakat inipun diakui dari hasil wawancara Armaddi Pratama seorang Public Relation Officer Redline Management & Talent School, Solo sekaligus Duta Wisata Pekalongan 2014. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah, bagaimana

peran Event dalam pembentukan citra Redline Management & Talent School ?

Redline Management & Talent School merupakan sekolah dan lembaga penyalur model yang dibentuk Artha Christian dengan berlokasi di Ruko Honggowongso depan Pasar Kembang Solo berdiri pada tanggal 1 Juli 2012. Kantornya menjadi satu dengan Rudy Hadisuwarno Salon & Learning Center, selain kantornya yang tergabung itu pihak agensi juga memiliki relasi dan komunikasi yang sangat baik dengan Rudy Hadisuwarno juga para siswa Rudy Hadisuwarno cabang Solo.

Definisi public relation adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa public relation dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi (Coulsin-Thomas : 2002). Menurut Rosady Ruslan (2001 : p.246) tujuan public relation adalah sebagai berikut: a) Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen, b) Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan, c) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan public relation, d) Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek, f) Mendukung bauran pemasaran.

Citra Perusahaan adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah

¹ Penulis 1

² Pembimbing I

³ Pembimbing II

perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan memiliki citra. Setiap perusahaan memiliki citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sector perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan menurut Katz (1994 : 67-68). Ada banyak citra perusahaan seperti, misalnya : siap membantu, inovatif, sangat memperhatikan karyawannya, bervariasi dalam produk, dan tepat dalam pengiriman. Tugas perusahaan dalam rangka membentuk citranya adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata masyarakat. Frank Jefkins, dalam bukunya *Publik Relation Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Saat digelarnya Ulang Tahun Redline Management and Talent School yang ke-3 pada tanggal 1 Juli 2015 di The Park Mall, Solo Baru dengan panggung berkonsep “Luminesence” yang menurut praktisi Humas artinya suatu ruangan yang gelap membutuhkan penerangan. Ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan masyarakat luas yang mengkhawatirkan reputasi agensi model yang terdapat penipuan dan kehidupan seorang model yang banyak memiliki sisi gelap, bahwa Redline Management and Talent School bukan hanya sekolah dan penyalur modelling tapi juga merupakan sekolah pengembangan kepribadian serta penyalur bakat untuk meningkatkan rasa percaya diri dan berani. Karena jika kita telah memiliki dasar percaya diri yang tinggi kita dapat lebih mudah mengenali potensi diri dan mampu mengembangkannya hingga maksimal. Redline Management & Talent School juga merupakan agensi model yang mengutamakan pendidikan dan pengembangan kepribadian (Bulletin Redline IV : 2015).

Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, maupun agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta

melibatkan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Definisi Event menurut para ahli diantaranya (Shone & Parry : 2002) yaitu dapat diartikan bahwa Event adalah fenomena yang timbul dari orang-orang yang memiliki waktu luang, tujuan budaya, pribadi, atau organisasi terpisah dari aktivitas normal dari kehidupan sehari-hari yang tujuannya adalah untuk mencerahkan, merayakan, menghibur, atau menantang pengalaman sekelompok orang. Menurut Lidia (2005 : 6b) manfaat Event bagi perusahaan atau organisasi yang berperan serta dalam sebuah Event ada tiga alasan pokok yaitu : 1) Supaya orang bisa mendapat informasi yang benar mengenai produk dan jasa yang baru saja diluncurkan, yang sifatnya memperkenalkan konsumen secara langsung, 2) Menunjukkan eksistensi, keberadaan dari produk atau jasa terus ada dan terjaga kontinuitasnya. Di samping itu, untuk memperlihatkan kekuatan perusahaan di mata perusahaan pesaingnya, 3) Menjaga image produk / jasa, dengan seringnya menyelenggarakan Event, masyarakat semakin paham *positioning* produk maupun jasa kita. Dengan image yang tertanam dan terus ditanamkan dalam benak masyarakat, produk atau jasa tersebut tidak mudah terlupakan, yang akhirnya tidak tergeser oleh para pesaingnya.

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Solomon, dalam Rakhmat, menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan menurut Danasaputra (1995 : 34-35).

Persepsi adalah sejenis aktivitas pengelolaan informasi yang menghubungkan seseorang dengan lingkungannya menurut Hanurawan (2007 : 22). Persepsi pada hakikatnya adalah “proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman menurut Thoha (2004 : 141). Sedangkan menurut Krench dalam buku Thoha (2004 : 142) persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks dan menghasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang barangkali sangat berbeda dari kenyataannya.

Pada dasarnya publik tersebut merupakan khalayak sasaran komunikasi yang disebut juga sebagai stakeholder. Stakeholder seperti yang ditulis Wheelen dan Hunger (1995 : 61) adalah kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan dengan aktivitas organisasi, dan arena memiliki kepentingan maka kelompok-kelompok tersebut mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Rhenald Kesali (1994 : 63) menyebut stakeholder sebagai “setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yaitu salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati menurut Bogdan dan Taylor (1992 : 21-22).

Penelitian ini mengambil di lokasi Redline Management & Talent School, Ruko Honggowongso Square No. A2 Lantai 3 Pasar Kembang, Solo bertempat satu gedung dengan Salon & Learning Center Rudy Hadisuwarno. Alasan pemilihan Redline Management & Talent School sebagai tempat penelitian adalah Redline Management & Talent School memiliki bukti eksistensi bahwa sekolah dan penyaluran model tersebut selalu hidup di Kota Solo, yaitu dengan menyelenggarakan Event setiap satu bulannya di Atrium Mall dan walau tergolong masih baru yakni berdiri sejak tahun 2012, Redline Management & Talent School mampu

meningkatkan minat akan modelling maupun potensi bakat lainnya dengan golongan usia yang bervariasi yaitu dari balita hingga dewasa.

Informan adalah orang yang memiliki informasi tentang subyek yang ingin diketahui oleh peneliti, yang mengambil sumber data dalam penelitian ini adalah orang yang memiliki informasi atau data yang cukup detail sehingga peneliti benar-benar bisa mendapatkan data yang valid dan akurat. Adapun informan dalam penelitian ini terbagi dua kelompok yaitu informan internal adalah 1) Artha Christian selaku owner Redline Management & Talent School, 2) Armaddi Pratama selaku Public Relation Officer, 3) Esteria Abetha selaku instruktur model, 4) Indri Dwi Utami selaku siswi modelling. Berikutnya ada informan eksternal terdiri dari 5) Rachel Agusta pemilik Rachel Design Collection, 6) Gita Ningratri pemilik Elea Gita Make Up Art, 7) Ivan Pradita pemilik Rise Up DJ Management.

Dalam penelitian deskriptif kualitatif tidak begitu memperhatikan populasi dan sampel. Penarikan sampel dilakukan dengan tehnik purposive sampling, dimana yang menjadi anggota sampel adalah unit-unit tertentu dari populasi yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Peneliti dan narasumber memiliki posisi yang sama, dan narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan yang diminta tetapi ia lebih bisa memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki menurut H.B. Sutopo (1996 : 50).

Dokumen adalah sebuah tulisan yang memuat informasi yang dapat dibuktikan atau dijadikan bukti dalam suatu masalah atau persoalan. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi seluruh kegiatan dan testimoni oleh para elemen pendukung Redline Management & Talent School. Data dari media yang menunjukkan citra positifnya yaitu brosur dan media cetak Bulletin Redline.

Dalam pengumpulan informasi dari sumber data perlu dilakukan tehnik wawancara secara mendalam, wawancara jenis ini dilakukan kepada semua informan dan bersifat terbuka. Wawancara adalah yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan dan yang diwawancarai sumber jawaban atas pertanyaan itu menurut Lexy J. Moleong (2002 : 135).

Dokumentasi merupakan tehnik pengumpulan data dengan mencari, mengumpulkan, dan mempelajari dokumen yang mendukung penelitian. Dengan mengumpulkan beberapa foto yang ada di Redline Management & Talent School baik mencakup acara show yang diselenggarakan ataupun kegiatan harian.

Observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan menurut Kartono (1980 : 142).

Hasil dan Pembahasan

Sebagai suatu organisasi, Redline Management & Talent School memiliki tujuan utama yaitu membentuk generasi muda yang berbakat dan berkarakter. Dimana dalam perwujudannya tujuan tersebut dibagi lagi menjadi beberapa tujuan kecil yang kemudian dipadukan antara kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dengan sasaran : 1) Untuk anak-anak, Redline Management & Talent School memiliki harapan bahwa dalam setiap kegiatan dan program yang dilakukan dapat membentuk karakter terutama memiliki keberanian dari masing-masing anak sejak dini. 2) Untuk remaja dan dewasa, semua kegiatan dan program yang dijalankan lebih diarahkan pada pengembangan bakat atau *lifeskill* 3) Sedangkan untuk umum, Redline Management & Talent School memiliki tujuan untuk memberikan hiburan dan inspirasi pada masyarakat.

Dalam membentuk citra Redline Management & Talent School yang paling efektif adalah menggelar Event di Atrium Mall setiap satu bulannya karena megingat organisasinya dalam bidang hiburan dan penyaluran bakat, maka Event dinilai sangat perlu. Event yang bersifat hiburan dinilai mendapat respon yang cepat karena sifatnya langsung dilihat oleh khalayak, terutama menarik minat para pemuda yang ingin mengekspresikan bakat maupun keberaniannya. Karena berdasarkan yang peneliti amati di setiap sela-sela Event sang MC (*Master of Ceremony*) atau yang biasa dibawa oleh pimpinan sendiri selalu memperkenalkan organisasinya di depan audience dan menawarkan setiap yang ingin bergabung.

Redline Management & Talent School juga memiliki cara tersendiri dalam

membuat program dan penerapannya baik itu bagi secara internal maupun guna evektifitas baik dalam hal bekerjasama maupun berkomunikasi.

Salah satu pembentukan citra Redline Management & Talent School yang paling mendongkrak adalah dengan menyelenggarakan Event setiap bulannya yang biasa digelar di Atrium Mall, biasanya Redline menggelar sebuah Event saat menyambut momen penting seperti Ulang Tahun Redline, Ajang Kompetisi Redline (Redline Competiton), Sertifikasi Kelulusan Model, Inagurasi Rudy Hadisuwarno, Hari Libur Sekolah. Tentunya dengan di sponsori oleh berbagai pihak eksternal yang turut bekerjasama. Sedangkan para *sponsorship* tersebut biasanya dipublikasikan saat berlangsungnya Event Redline Management & Talent School, hal ini juga sebagai bukti agar masyarakat tahu dengan siapa saja Redline Management & Talent School memiliki kerjasama yang harmonis. Sponsorship bagi Redline Management & Talent School disini merupakan pihak eksternal yang bekerjasama memberikan layanan maupun bantuan baik berupa anggaran, produk, maupun jasa.

Dengan menyelenggarakan Event dan memperkenalkan Sponsorship-nya di depan audience ini agar dapat menunjukkan bahwa benar adanya Redline Management & Talent School memiliki kejelasan dalam visi misinya terutama dalam pengembangan karakter yang dikemas pada industri hiburan serta agar lebih dikenal dan dipercaya masyarakat luas sebagai perusahaan yang memiliki citra positif.

Bulletin Redline merupakan salah satu media yang diberikan kepada model dan para partner kerjasama internal maupun eksternal yang telah bekerjasama dengan Redline Management & Talent School sebagai sarana informasi kegiatan yang berkaitan dengan Redline Management & Talent School.

Hasilnya berkaitan dengan pembentukan citra Redline Management & Talent School telah berupaya membentuk persepsi positif pada masyarakat Kota Solo. Menurut peneliti, kehadiran Redline Management & Talent School beserta program kegiatannya, seolah-olah ingin menunjukkan kepada masyarakat bahwa ada potensi-potensi luar biasa yang dimiliki anak-anak maupun remaja di Kota Solo.

Contohnya potensi anak-anak dalam bernyanyi ataupun bermain musik yang ditunjukkan melalui program Adu Bakat Redline, selain itu ada juga keahlian dalam bidang Modelling, Public Speaking, dan masih banyak lagi potensi lainnya

Sikap diartikan dalam pembentukan citra, sikap yang baik akan menimbulkan citra positif pula. Redline Management & Talent School cukup membawa perubahan pada masyarakat Kota Solo salah satunya perubahan sikap anak-anak dan remaja yang tadinya penakut menjadi berani mengekspresikan bakatnya. Rasa takut dan pasif mulai berkurang pada diri sebagian besar generasi muda Kota Solo perlahan mulai dapat berkurang dengan pembelajaran yang diberikan oleh Redline Management & Talent School melalui program-programnya.

Selain itu, beberapa program kegiatan Redline Management & Talent School difokuskan pada bidang pengembangan bakat seperti Modelling, Dance Tradisional & Modern, Musik, Public Speaking / Master of Ceremony (MC), yang kemudian mampu bersaing pada tingkat sekolah, karir, sampai ajang kompetisi lokal maupun nasional. Dan yang terpenting mampu untuk memberi inspirasi pada masyarakat sekitar mereka akan keberanian dan bakat yang mereka miliki. Dengan program kegiatan seperti ini diharapkan mampu mengubah opini masyarakat dalam maupun luar Kota Solo terhadap potensi yang dimiliki anak didik Redline Management & Talent School.

Pada Redline Management & Talent School hanya sekitar Rp 75.000 pada saat pendaftaran dengan segala fasilitasnya. Hal tersebut Redline Management & Talent School mampu membuka peluang selebar-lebarnya kepada pemuda tanpa memandang fisik, status atau kalangan manapun, asalkan hanya bermodal mau dididik dalam hal keberanian dan berkarakter sesuai slogan dan nilai-nilai yang diterapkan Redline Management & Talent School selama ini. Dari sini peneliti menyimpulkan apabila banyak pemuda yang memiliki modal keberanian dalam menyampaikan aspirasi (public speaking) dan mengekspresikan bakatnya maka dapat memberi kontribusi kepada masyarakat lingkungan sekolah, kerja, maupun umum.

Penutup

Kesimpulan dari hasil penelitian Redline Management & Talent School adalah sekolah maupun jasa penyalur yang berfokus pada modelling namun memiliki program talenta lain seperti menyanyi, menari (modern / tradisional), *acting*, dan *public speaking*. Ia telah berperan aktif dalam membentuk citra positif guna meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui program dan penerapannya baik ditujukan kepada internal maupun eksternalnya.

Redline Management & Talent School menerapkan bentuk komunikasi seperti menyelenggarakan sebuah Event yang biasa diselenggarakan di sebuah atrium Mall. Fungsi dari Event yang diselenggarakan setiap satu bulannya disini untuk menguji keberanian dan kemajuan para anak didiknya dalam kreativitas dan bakat yang sudah dipelajari di Redline Management & Talent School. Para Model tak hanya bekerjasama dengan perusahaan lain dalam melaunching produk, namun setiap tahunnya Redline mengusung fashion show atau hiburan lainnya yang menyangkut acara peringatan dan hari besar seperti hari Ulang Tahun agensinya, libur anak sekolah, HUT RI 17 Agustus. Dan yang paling menonjol Redline Management & Talent School memberikan prestasi bagi yang berpotensi serta sertifikat kelulusan yang disaksikan secara langsung oleh audiens dalam sebuah auditorium Mall di sela Eventnya berlangsung, sehingga dengan metode-metode ini, Redline Management & Talent School secara langsung ingin memberi motivasi kepada para pemuda agar tergugah hatinya untuk memiliki peran dalam kreativitas dan bakat agar dapat berkontribusi di tengah-tengah masyarakat tentu dengan pribadi yang berkarakter sesuai slogannya. Dengan tanggung jawab sosialnya yang demikian, Redline Management & Talent School dapat membentuk citra dan reputasi positif di mata masyarakat luas. Melalui Event tersebut Redline Management & Talent School bisa mempererat kerjasama dengan pihak eksternalnya yang menjadi sponsorship Sponsorship adalah pihak yang membantu menyelenggarakan suatu acara dengan anggaran maupun produk tertentu. Para Sponsorship disini biasanya ditentukan bergantung dengan tema yang diselenggarakan dalam sebuah Event. Misal pada penyelenggaraan *Fashion Show*

menyambut HUT RI 17 Agustus, sponsor yang dipilih yaitu fashion batik bercorak merah putih maka dari itu Redline Management & Talent School memilih outlet *Bateeq* yang cukup ternama sebagai sponsorship-nya. Event dan Sponsorship adalah hal yang penting agar masyarakat terutama kota Surakarta mengerti gambaran kegiatan secara keseluruhan Redline Management & Talent School secara nyata (*real*) dan dengan siapa saja Redline Management & Talent School membangun kerjasama saat Event berlangsung atau yang disebut sponsorship.

Bentuk komunikasi Redline Management & Talent School lainnya adalah dengan menerbitkan media massa berupa cetak yaitu Bulletin Redline pada setiap bulannya dan brosur. Menerbitkan Bulletin Redline dirasa penting bagi Redline Management & Talent School guna bisa mendokumentasikan Event yang telah dikerjakan maupun kegiatan diluar Event baik berupa foto-foto maupun artikel lebih mendalam.

Peran Event dalam pembentukan citra disini adalah agar Redline Management & Talent School dapat dilihat sebagai agensi talent yang mengutamakan bakat dan karakter sejak usia dini tentunya dengan tujuan pendidikan. Hal ini bisa dilihat melalui Event uji tampil bagi anak didiknya maupun Event adu bakat yang diselenggarakan untuk umum setiap tahunnya sehingga diharapkan anak-anak dan remaja lainnya dapat tergugah hatinya untuk memiliki peran dalam kreativitas dan bakat tentunya dengan pribadi yang berkarakter sesuai slogannya, sehingga bisa sedikit demi sedikit menghilangkan persepsi negatif akan dunia modelling.

Daftar Pustaka

Bogdan & Taylor (1992) ; *Definisi Penelitian Kualitatif ; Metode Penelitian Kualitatif Lexy J Moleong* ; PT Remaja Rosdakarya ; Bandung
Coulsin & Thomas (2002) ; *Definisi Public Relation ; Dasar-Dasar Public Relations* ; PT. Remaja Rosdakarya ; Anggota Ikapi ; Bandung
Danasaputra (1995) ; *Proses Pementukan Citra ; Media Relations : Konsep, Pendekatan, dan Praktik* ; Penerbit Ghalia Indonesia ; Jakarta

Elihu Katz (1994) ; *Definisi Citra ; Public Relations dalam Teori dan Praktek* ; PT. Gramedia ; Jakarta
Frank Jefkins (1984) ; *Jenis-jenis Citra ; Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik* ; PT Grasindo ; Jakarta
Getz (2000) ; *Definisi Event ; Public Relations dalam Teori dan Praktek* ; PT. Gramedia ; Jakarta
Hanurawan (2007) ; *Definisi Persepsi ; Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi* ; PT RajaGrafindo Persada ; Jakarta
H.B. Sutopo (1996) ; *Teknik Pemilihan Informan ; Metode Penelitian Kualitatif Lexy J Moleong* ; PT Remaja Rosdakarya ; Bandung
Kartono (1980) ; *Definisi Teknik Observasi ; Metode Penelitian Kualitatif Sugiyono* ; Alfabeta ; Bandung
Lesly (1991) ; *Universe of Public Relations ; Public Relations dalam Teori dan Praktek* ; PT. Gramedia ; Jakarta
Lexy J. Moleong (2002) ; *Metode Penelitian Kualitatif* ; PT. Remaja Rosdakarya ; Bandung
Lidia Evelina (2005) ; *Event Organizer Pameran* ; PT. INDEKS Anggota Ikapi ; Bandung
Rosady Ruslan, S.H (2001) ; *Tujuan Public Relation* ; PT RajaGrafindo Persada ; Jakarta
Seitel (1992) ; *Citra Perusahaan Yang Positif ; Dasar-Dasar Public Relations* ; PT. Remaja Rosdakarya ; Anggota Ikapi ; Bandung
Shone & Perry (2000) ; *Definisi Event ; Dasar-Dasar Public Relations* ; PT. Remaja Rosdakarya ; Anggota Ikapi ; Bandung
Tim Redaksi Bulletin Redline (2015) ; *Bulletin Redline Edisi April, Agustus, September* ; Fajar Graphic & Design ; Surakarta
Tom Duncan (2003) ; *Tujuan Event : Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik* ; PT Grasindo ; Jakarta