

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bungin, Burhan. 2010. Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenema Media Grup
- Bungin, Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media Gruop
- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya, Jakarta: Putra Grafika
- Creswell, John, W.2010. Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar
- Daymon, Christine & Immy Holloway. 2008. Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communication, Terjemahan oleh Cahya Wiratma. Yogyakarta: Benteng
- Emzir. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers
- Herdiansyah, Haris.2010. Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Salamba Humanika
- Keller, L.K. (2008). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*: New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kenneth, E. Clow, dan Donald Baack (2016). *Integrated Adveritising, Promotion, and Marketing Communication*: New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Morissan. 2010. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Kencana Prenda media Grup Royan
- Grame, Burton. 2011. *Talking Television: An Introduction to the Study of Television*.
Terjemahan oleh Laily Rahmawati. Jogjakarta: Jalasutra
- Morissan, M.A. 2009. *Manajemen Media Pemyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kenacana Preenda Media Grup. Edisi Pertama, Cetakan ke-2
- Elvinaro, Ardianto. Lukiati & Siti. 2009. *Komunikasi Masa*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media. Edisi Revisi, Cetakan Kedua.
- Moh. Nazir. 2011. *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Bogor: Ghalia Indonesia
- Yin, Robert K. 2008. *Case Study Research: Design and Methods (Applied Social Research Methods)*. Illinois: Sage Publication, Inc.
- Kotler & Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12, Cetakan ketiga. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Harlow: Pearson Education Limited
- Hasan, Ali. SE,MM (2014). *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Aaker. 2004. *Strategic Marketing Management*. New York: John Wiley & Sons, Inc

JURNAL

- Perdana, Ariesti Putri. 2018. Strategi *Promo Off Air* “Mahabharata Kembali” Dalam Meningkatkan *Brand Image* Antv.
- Marta, Rustono Farady. 2013. Analisis Komunikasi Pemasaran Melalui Strategi *Brand Activation* Pond’s Untuk Meraih Top *Brandaward*.
- Sugianto, Florentyna, Elisabeth, C.Y., & Adi, S.K. 2014. Perancangan *Brand activation* Lem Fox Stik Handicraft Dengan Memanfaatkan Barang Bekas Sebagai Media Promosi.
- Candraningrum, Diah Ayu. 2017. *Brand activation*, Strataegi Komunikasi Pada Lembaga Survei Politik Di Putaran Pertama Pilkada DKI Jakarta.
- A.W, Alshya Sekar, & Vinda, M.S. 2019. *Event Marketing* Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan *Brand activation*. Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Surabaya. Volume 02 Nomor 02 Tahun 2019, 6 – 13.
- Satriya, Candra Yudha. Kontribusi Event Marketing Terhadap Ekuitas Merek Kota Solo Mahasiswa Program S2 Komunikasi Strategis Angkatan V Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Rismayanti, Rebekka. 2016. *Integrated Marketing Communications (IMC)* Di PT. Halo Rumah Bernyanyi Universitas Gadjah Mada Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 13, Nomor 2, Desember: 253-266.
- Abdullah, Aceng, & Lilis Puspitasari. Media Televisi Di Era Internet. Universitas Padjadjaran. Protvf, Volume 2, Nomor 1, Maret 2018, Hal. 101-110.
- Lestari, Sinta Petri. 2015. Hubungan Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang), Universitas Diponegoro Semarang Jurnal Interaksi. Juli. Vol 4, No 2. Halaman 139 – 147

Limandono, Johan Ardi, & Diah Dharmayanti, S.E., M.Si., Ph.D.2. Pengaruh *Content Marketing* Dan *Event Marketing* Terhadap *Customer Engagement* Dengan *Sosial Media Marketing* Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra

Yulianti, Ni Made Dhian Rani & Dita Pratiwi. 2019. *Event Marketing* Sebagai Faktor Penarik Minat Kunjungan Konsumen Di Level 21 Mall. Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar. Januari. Vol.13 No.6

ONLINE

Kompas. 2014.

<https://entertainment.kompas.com/read/2014/08/26/204733110/TVRI.Juara.Masa.Lalu?page=all> . Diakses pada tanggal 24 Februari 2020.

<http://tvri.go.id/about> . Diakses pada tanggal 22 Februari 2020.

Trans Tv Raih Penghargaan Di Acara Indonesia *Most Experiential Brand Activation* 2017

<https://www.transtv.co.id/corporate/press-release/67/trans-tv-raih-penghargaan-di-acara-indonesia-most-experiential-brand-activation-2017> . Diakses pada tanggal 3 April 2020.

Silalahi, Marina. 2017. Indonesia *Most Experiential Brand Activation* 2017: Upaya Trans Tv Dongkrak *Awareness* Lewat Program.

<https://mix.co.id/marcomm/brandactivation/indonesia-experiential-brand-activation-2017-upaya-trans-tv-dongkrak-awareness-lewat-program/>. Diakses pada tanggal 3 April 2020