



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Blakeman, Robyn. 2015. *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy From Idea to Implementation*. Amerika: Rowman & Littlefield.
- Fill, Chris dan Jamieson, Barbara. 2011. *Marketing Communication*. United Kingdom: Edinburch Business School.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. England: Pearson Education Limited.
- Raj, Razaq. Waktors, Paul. Rashid, Tahir. 2013. *Events Management: Principles & Practice*. India: Sage Publications India Pvt Ltd.

INTERNET

- Rcti.tv. Tanpa Tahun. About RCTI. Diakses pada 16 Oktober 2019 dari <https://www.rcti.tv/about>
- Katadata.co.id. (2017, 27 Juli). Penetrasi Media Televisi Masih yang Tertinggi. Diakses pada 18 Oktober 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi>

SKRIPSI / THESIS

- Angelina, Gloria P. 2015. *Aktivitas Event, Promosi, dan Customer Relations Bintaro Jaya Xchange Mall*. Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Luginawati, Asmara Z. 2018. *Strategi Marketing Comunication Mal Teraskota Entertainment Center Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung (Studi Kasus: Masyarakat Tangerang Selatan)*. Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Novianti, Anisa. 2018. *Pengaruh Marketing Communication Terhadap Brand Image Wardah (Survei Pada Khalayak Wanita di Jakarta)*. Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Siddik, Farrel A. 2019. *Strategi Event Management IeSPA dalam Membangun Minat Menjadi Pemain Profesional eSports di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus pada Event 'Indonesia Esports League 2019: University Series')*. Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara.