

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E. I. (2023, June 13). *Di Q1 2023, Jumlah Penonton dari Siaran Esports Naik*. Retrieved from Hybrid.co.id: <https://hybrid.co.id/post/di-q1-2023-jumlah-penonton-dari-siaran-esports-naik>
- APJII, A. P. (2023, March 10). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Aprilia, T. L. (2016). PENGARUH BRAND IMAGE PRODUK APPLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOMUNITAS INSTAMARINDA. *eJournal Ilmu Komunikasi* 4 (3), 421-431.
- Borowy, M., & Jin, D. Y. (2013). Pioneering eSport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests. *International Journal of Communication* 7, 2254-2275.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. United Kingdom: SAGE Publications Inc.
- Cuesta-Valino, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Loranca-Valle, C. (2022). Sponsorship image and value creation in E-sports. *Journal of Business Research* 145, 198-209.
- Destanti, F., Uljanatunnisab, & Handayani, L. (2021). Analisis The Whalen Seven Steps Strategic Divisi Komunikasi dan Marketing Jakarta Smart City pada Aplikasi Jakarta Kini. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi dan Informatika Vol 10 No 2*, 84-93.
- Dimedjo, E. (2022, January 5). *ASEAN Vero Rilis Hasil Riset Gaming dan Esport di Indonesia 2021*. Retrieved from Opsi.id: <https://opsi.id/read/asean-vero-rilis-hasil-riset-gaming-dan-esport-di-indonesia-2021>
- Elasri-Ejjaberi, A., Rodriguez-Rodriguez, S., & Aparicio-Chueca, P. (2020). Effect of eSport sponsorship on brands: an empirical study applied to

- youth . *Journal of Physical Education and Sport (JPES) Vol 2 No 2*, 852-861.
- Eldiena, S., Ningsih, C., & Santoso, P. Y. (2021). Marketing Public Relations Melalui Instagram di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Cyber PR, Volume 1, No. 2*, 149-162.
- en19ma. (2022, January 7). *Hasil Riset Gaming dan Esport di Indonesia 2021*. Retrieved from Jurnal Apps: <https://jurnalapps.co.id/hasil-riset-gaming-dan-esport-di-indonesia-2021-112432>
- Evita, & Setyanto, Y. (2019). Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di PT. Bach Multi Global. *Prologia Vol 2 No 2*, 312-319.
- Freischlad, N. (2017, March 1). *Tech In Asia*. Retrieved from Revival TV gets funding as eSports take off in Southeast Asia: <https://www.techinasia.com/revival-tv-funding-esports-southeast-asia>
- Gunardi, F. (2020). PENGARUH E-SPORTS MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BRAND LOYALTY RAZER INC. *Syntax Idea Vol 2 No 7*, 209-2015.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 15 No 2*, 192-203.
- Irgie, A. (2017). *Gamedaim*. Retrieved from DNC Berikan Pendanaan Kepada Media eSports NO 1 di Indonesia, Revival TV: <https://gamedaim.com/berita/dnc-berikan-pendanaan-kepada-media-esports-no-1-di-indonesia-revival-tv/>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fourth Edition Harlow*. English: Pearson Education Inc.
- Khudzaifah, A. K., Aprilijanto, T., & Riyadi, S. (2022). ANALISIS E-SPORT SEBAGAI CABANG OLAHRAGA BARU. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin Vol 4*, 416-423.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.
- Kurniadi, A. (2016). Fungsi Komunikasi PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN MINAT ANGGOTA KELUARGA PELAJAR MAHASISWA KARIMUN – BANDUNG (KPMK – BDG) Studi Deskriptif Analisis Fungsi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Kebersamaan pada Anggota Keluarga Pelajar Mahasiswa Kari. *Repository Universitas Pasundan*.
- Kurniawan, F. (2019). E-Sport dalam Fenomena Olahraga Kekinian. *JORPRES (Jurnal Olahraga Prestasi) Vol 15 No 2*, 61-66.
- Loehlin, J. C., & Nichols, R. C. (2012). *Heredity, environment, and personality: A study of 850 sets of twins*. Austin: University of Texas Press.
- Maryam. (2017). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH TAMU HOTEL PANTAI MARINA BENGKALIS. *Jom FISIP Vol 4 No 2*, 1-19.
- Nugraha, W. H., & Subagio, I. (2021). MINAT MASYARAKAT TERHADAP ESPORTS SEBAGAI OLAHRAGA PRESTASI DI JAWA TIMUR. *Jurnal Prestasi Olahraga Vol 4 No 12*, 44-52.
- Rahmandani, A. N., & Setiyarini, T. (2022). Strategi Marketing Public Relations (Push, Pull, Pass Strategy) Rumah Sakit Islam Surabaya. *JKIM: Jurnal Kajian Ilmu Manajemen Universitas Trunojoyo Vol 2 No 1*, 44-49.
- Rahmandani, A. N., & Setiyarini, T. (2022). Strategi Marketing Public Relations (Push, Pull, Pass Strategy) Rumah Sakit Islam Surabaya. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen Vol 2 No 1*, 44-49.
- Ritzer, G. (2014). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relations dan Media Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.

- Santoso', P. Y., & Toruan, R. R. (2018). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM REBRANDING HSBC INDONESIA UNTUK MEMBENTUK BRAND AWARENESS. *Jurnal Pustaka Komunikasi Vol 1 No 1*, 1-14.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Septiyani, A. (2019, May 14). *RevivalTV Kembali Gelar LEVEL UP! Esports Tournament di Bulan Ramadan*. Retrieved from Grid Games: <https://gridgames.grid.id/read/151726375/revivaltv-kembali-gelar-level-up-esports-tournament-di-bulan-ramadan>
- Sukirman, K. A. (2023). ANALISIS POLA KOMUNIKASI TIM E-SPORTS YANG TERGAMBARAKAN DALAM KONTEN MIC CHECK PADA GAME MOBILE LEGENDS DI INDONESIA. *Universitas Lampung*.
- Syahdiany, G., & Hanifa, F. H. (2016). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RAMEN “X” KOTA BANDUNG TAHUN 2016. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sosial, Ekonomi dan Humaniora Vol 6 No 1*, 94-101.
- Syahdiany, G., & Hanifa, F. H. (2016). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RAMEN “X” KOTA BANDUNG TAHUN 2016. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora UNISBA Vol 6 No 1*, 94-101.
- Tuwendi, W. A., Sari, W. P., & Salman, D. (2023). Strategi Komunikasi Caster dalam Era Digital di Dunia Esports. *Jurnal Koneksi Vol 7 No 1*, 197-205.
- WANTIKNAS. (2022). E-Sports, Olahraga Millennial Yang Potensial. *WANTIKNAS: Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional Edisi 01*, 3-11.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods 6th Edition*. Singapore: SAGE Publications Inc.
- Yohanes, R., Dwijayanti, A. A., & Subroto, S. (2021). Implementasi Strategi Marketing Public Relations dalam Membangun Citra Batik untuk Generasi Muda. *Warta: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia Vol 4 No 1*, 1-10.

- Yohanes, R., Dwijayanti, A. I., & Subroto, S. (2021). Implementasi Strategi Marketing Public Relations dalam Membangun Citra Batik untuk Generasi Muda. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia Vol 4 No 1*, 1-10.
- Zheng, L. H., Na, S. A., & Jing, C. J. (2023). A Qualitative Study On Gamers' Perception And Intention Towards Esports Participation. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB) Vol 8 Issues 48*, 213-222.
- Zulqurtubi, A. (2020, Februari 15). *RevivalTV & BUBU.COM Curi Perhatian di Indonesia Fashion Week 2020, Kolaborasi Fashion & Gamers!* Retrieved from RevivalTV: <https://revivaltv.id/news/others/revivaltv-bubu-com-curi-perhatian-di-indonesia-fashion-week-2020-kolaborasi-fashion-gamers>

