

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Kristanto. 2008. Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya, Gava Media, Yogyakarta.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*, Erlangga, Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi, Rajawali Pers, Jakarta.
- Djaslim Saladin. (2007). Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran, CV Linda Karya, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*.
- Hafidz, I.N. (2007). *AiuEO Mengulik Bisnis Event Organizer*, Gava Media, Yogyakarta.
- Handayani, Desy & dkk. 2010. The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation, Esensi Erlangga Group, Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Megananda, Yudi & Wijaya, Arifin Johanes. 2009; 7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event-Organizer, PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Mulyana Deddy, M.A., Ph.D. 2010. Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi, Rosda, Jakarta.
- M, Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*, KOBIS, Yogyakarta.
- Natoradjo, S. (2011). *Event Organizer Dasar-Dasar Event Management*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Nugraha, Pepih. (2012). Citizen Journalism : Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman, Penerbit Buku KOMPAS, Jakarta.
- Nurudin. (2009). Pengantar Komunikasi Massa, Rajawali Pers, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Rustan, Suriyanto. (2008). Layout Dasar & Penerapannya, PT Gramedia Pustaka utama, Jakarta.

Soemanagara. 2012. *Strategic Marketing Communication*, Alfabeta, Bandung.

Suhandang, Kustadi. 2010. *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi*. Nuansa, Bandung.

Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, CAPS, Yogyakarta.

Suyanto, Mohammad. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. CV, Andi Offset, Yogyakarta.

Tamburaka, Apriyadi. 2012, *Agenda Setting Media Massa*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

West, Richard dan Lynn Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

JURNAL:

Dianti, Tifani. 2015. [Efektivitas Event Bazar UNO Pasta Dalam Membentuk Brand Awareness Pengunjung \(Survei Pada Mahasiswa Bazaar FISIP UPN Veteran Jakarta\)](#).

Intan, Nur Cahya. 2015. [Analisis Komunikasi pemasaran Brand Sepatu Lollo&Brigida melalui Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness](#).

Syadali, Andri. 2016. Pemanfaatan Digital Marketing Melalui *Instagram* PT. The Starightvision Sebagai Sarana Promosi “Waist Bag”.