

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, K. A. (2021). *Inovasi Strategi Komunikasi Pemasaran Film Gundala Dalam Menarik Minat Penonton ke Bioskop*.
- Alvia, R. (2020). Skripsi *Dampak Viral Marketing Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Kuliner Melalui Media Sosial Instagram (Studi Promosi Kuliner Pada Akun Instagram @Thevintage_metro di Kota Metro)* Oleh: Risa Alvia NPM. 1502040190 Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Amirah Khairi, U., Hasibuan, N., Zidan Riza Pratama, A., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). *Strategi Pemasaran dan Posisi target Sebagai Kunci Keberhasilan Bisnis*, <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21424>
- Andora, M., & Yusuf, A. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee* (Vol. 20, Issue Desember). <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Anggraeni, Riski Anggraeni & Yolanda, Anne. (2021). *Memahami Pengaruh Buzzer di Media Sosial bagi Pelaku Jurnalisme Multimedia*.
- Arifianto, B. D., & Junaedi, F. (2024). *Distribusi dan Eksibisi Film Alternatif di Yogyakarta, Resistensi atas Praktek Dominasi Film di Indonesia*.
- Auliya, S. P. (2021). *Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label*.
- Data Film Terlaris Sepanjang Tahun 2022. (2022). databoks.katadata.co.id/.
- Desnika, Kitra & Tambunan, Shuri. (2023). *Consuming K-Pop Photocards: Mediated Intimacy in Indonesian Fan Practices*. Athena: Journal of Social, Culture and Society. 1. 154-160. 10.58905/athena.v1i3.137.
- Dr. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*.

- Faulina, Ade & Chatra, Emeraldy & Sarmiati, Sarmiati. (2020). *Peran buzzer dan konstruksi pesan viral dalam proses pembentukan opini publik di new media*. JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia). 7. 1. 10.29210/30031390000.
- Gilang Maulana, E., Paramesti Martha, L., & Kusumaningtias, I. T. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bioskop Platinum Cineplex Cibinong Square di Tengah Maraknya Video Streaming*. Jurnal CommLine, 07(02), 94–105.
- Hapriyanto, A. R. (2024). *Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital*. Nusantara Journal of Multidisciplinary Science, 2(1). <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>
- Ilmiah, J., & Makna, K. (2020). *Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi*. 8(1). <https://doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38>
- Instagram.com/MencuriRadenSalehFilm*. (2023).
- Iswahyuningtyas, C. E., & Hidayat, M. F. (2021). *Strategies and Challenges in Conventional and Digital Film Distribution and Exhibition in Indonesia*. Jurnal Komunikasi, 13(1), 133. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i1.10033>
- Izzulhaq, D. I. A. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19*.
- Julietta Madeleine Andrea, Koswara Iwan, & Sunarya Yuliana Dewi Risanti. (2023). *Strategi Event Marketing Allo Bank Dalam Meningkatkan Pengguna Allo Bank (Studi Kasus Pada Event Allo Bank Festival)*. Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer, 3(2), 15–31. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.468>
- Kangean, S., Rusdi, F., Analisis, :, Komunikasi, S., Shopee, P., & Persaingan, D. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Persaingan E-Commerce di Indonesia*.
- Kotler, P. and A. G. (2020). *Principles of Marketing Visit the*. www.pearsoned.co.uk/

- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Luecke, R. and K. R. (2003). *Managing Creativity and Innovation*. Harvard Business School Press, Boston. Harvard Business Press.
- Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., JFA Tumbuan, W., Rogi, M. H., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2021). *Analysis of Marketing Mixed Factors (4P) On Purchase Decisions at Podomoro Poigar Eating House in New Normal Era*. 9(2), 110–121.
- Manurung, E. M., & Satya Wacana University Press. (2017). *Paradoks dan manajemen kreativitas dalam industri film Indonesia*.
- Mardiyanto, D. (2019). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)* (Vol. 03, Issue 01).
- Mazidah, A. (2020). *Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Perilaku Inovatif dan Kinerja Karyawan*. Nur Laily Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaoabtaag)*. In Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial (Vol. 4, Issue 1).
- Mutiara, S., Hermansyah, T., & Nasichah, N. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Pada Promosi Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini*. JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 3(1), 52–60. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.529>
- Oktavira Astasari, M., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen*. 13(2), 195–203.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). *Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia*. 9.

- Priadana, s., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pascal Books.
- Putri, C. N., Hardinata, A. P., & Rais, H. Z. (2023). *Manajemen Produksi, Distribusi, dan Ekshibisi Film Pendek Yulia's First Love*. *Jurnal Audiens*, 4(2), 254–263. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.25>
- Putri, I. P., Nuraeni, R., Christin, M., & Sugandi, M. S. (2017). *Industri Film Indonesia Sebagai Bagian dari Industri Kreatif Indonesia* (Vol. 3, Issue 1).
- Rezki, M. M. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Film Cinta Sama Dengan Cindolo Na Tape*.
- Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyati, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. www.globaleksekuatifteknologi.co.id
- Saputra Dewa, F. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Film KKN Di Desa Penari Melalui Media Sosial*. *JUITIK*, 2(3). <http://journal.sinov.id/index.php/juitik/index>HalamanUTAMAJurnal:<https://journal.sinov.id/index.php>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2023). *Peran Citra Merek dan Inovasi Produk dalam Membangun Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang: Sebuah Kajian Teoritis*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 2023.
- Situmorang, J. R. (2010). *Pemasaran Viral-Viral Marketing*. <http://www.hotmail.com>.
- Subekti, P. (2019). *Eksistensi Promosi Di Era Digital*. <https://www.researchgate.net/publication/352559433>
- Syaputra, R. B. (2022). *Analisis Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Promosi Film (Studi Pada Pemasaran Film Mencuri Raden Saleh) = Twitter Social Media Analysis as a Means of Film Promotion (Study on Mencuri Raden Saleh Film Marketing)*.
- Wahyuningsih, S., (2021). *Pendekatan Psikologi Komunikasi, T., & Contoh Penelitiannya, dan Metode Penelitian Studi Kasus*.

- Walukow, M. E., & Alexandrina, E. (2022). *Penerapan Strategi Experiential Marketing pada Klinik Kecantikan Miracle Aesthetic Clinic Kemang Jakarta*. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.37535/104002120221>
- Wijaya Pratama, D., Widjaya, H., & Setiawan Ruslim, T. (2017). *Conference on Management and Behavioral Studies Pengaruh Public Relation dan Event and Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yonex Pada Mahasiswa Universitas Tarumanegara*. www.yonex.com, X.com/moviemenfess. (2023).
- X.com/umayshhbb. (2024).
- Youtu.be/VisinemaPictures. (2024).
- Zahrotustianah, & Desire, A. (2021, September 16). *10 Istilah Perfilman Ini Perlu Kamu Tahu, Box Office Artinya...* IDN Times.