

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. (2006). "Kamus lengkap Bahasa Indonesia" Surabaya: Pustaka Media
- American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran, 2009.
- Davis, Howard. (2010). "Bahasa, Citra, Media". Yogyakarta: Penerbit Jalusutra.
- Faizal, Hendry. (2010). "Ekonomi Media". Jakarta : Rajawali Pers
- Haryatmoko. (2007). "Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi". Yogyakarta: Kanisius.
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Louis Didier, LombartCindy. 2010. *Impact of brand personality on three major relational consequences (trust, attachment, and commitment to the brand. Journal of product and brand management. Vol. 19 Iss 2 pp. 144- 130.*
- Kartajaya Hermawan, 2002, "Mark Plus On Strategy", Jakarta; Gramedia.
- Kertajaya, Hermawan, (2009). "New Wave Marketing". Jakarta : Gramedia
- K., R. (2004). "Lovemarks: The Future Beyond Brands 1st Edition". New York: Powerhouse Books.
- Kuswandi, Wawan, (1996), "Komunikasi Massa : Sebuah analisis media Televisi". Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. (2007)."Manajemen Pemasaran". Jakarta : Gramedia.
- Koswara, Aang, (2011), " City's Branding A la Munich dalam Atwar Bajari dan Sahala Tua Saragih (ed), Komunikasi Kontekstual: Teori dan Praktik Komunikasi Kontekstual. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McDowell, Walter & Alan Batten. (2005). Branding TV: principles and practices. UK: Focal Press
- McNally, David & Speak, Karl D.(2004)."Be Your Own Brand ". Jakarta: Gramedia.
- Moleong, Lexy J. (2002) " Metode Penelitian Kualitatif ". Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morel, P., Preisler, P., & Nystro, A. (2002). "Brand Activation". Strarsky Insight.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2004). " Destination Branding – Creating the Unique Destination Proposition. (2ndEd)" . Oxford: Butterworth – Heinemann.
- Nawawi, Hadari.(1998)"Metode Penelitian Bidang Sosial". Gajah Mada University Press., Yogyakarta.

Pace, R. Wayne dan Don F Faules. Ed, Deddy Mulyana.(2006) “*Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*”. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pawito.(2007) “*Penelitian Komunikasi Kualitatif*”. Yogyakarta: LKiS.

Rahayu, 2010, “ *Ekonomi dan Manajemen Media: Perkembangan Kajian, Otokritik, dan Eksplorasi Terhadap Isu Lokalitas* “, dalam Diah Hayu Rahmitasari (ed), *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta: Total Media.

Schmitt, Bernd. (1999). “*Experiential Marketing, How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, to your Company and Brands*”. New York : The Free Press.

Susanto A.B & Wijanarko Himawan, 2004, “*Power Branding*”, Jakarta; Quantum Manajemen & Bisnis.

H.B. Sutopo, 2006, “ *Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Surakarta ; Universitas Sebelas Maret

Terence, A Shimp. (2003). “ *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* “, Jilid I, (Edisi Kelima). Jakarta: Erlangga.

Vaid, H. (2003). “*Branding*”. Cambridge: The Ilex Press Ltd.

Wheeler, A. (2013). ”*Designing Brand Identity*”. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Jurnal

Liembawati, Y, dan Diah, D. (2014), Analisa pengaruh brand activation, Vol. 2, No. 1, 1-15

Lubis, M. dan Mona L. (2017) , Pencapaian Brand Corporate Melalui Brand Activation Pendekatan Experiential Marketing (Studi Kasus Laboratorium Klinik) 1 Vol. 9, No. 1, Hal 1 – 15

Isnaini M, (2013). Strategi Branding Media Cetak Lokal Berbasis Komunitas: Studi Kasus Majalah Media Kawasan Kelapa Volume 11, Nomor 1, Januari-April, hal. 68-79

Website

<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2019/08/26/510/1014392/hari-pertelevisian-nasional-bertahan-meraih-hati-pemirsa-dengan-konten-lokal>

<https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/percepatan-langkah-menuju-tv-digital>

Thesis

Danurwendo, Agam. (2009). Strategi repositioning dan rebranding media televisi pasca akuisisi: sudi tentang strategi repositioning dan rebranding Lativi menjadi tvOne. Thesis. Tidak dipublikasikan. Jakarta: Universitas Indonesia