

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badjuri, A. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baran, Stanley J. (2007). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture (4<sup>th</sup> Edition)*. New York: The McGraw-Hill.
- Belch, George E. & Belch, Michael A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (6<sup>th</sup> Edition)*. New York: The McGraw-Hill.
- Biagi, S. (2005). *Media Impact: An Introduction To Mass Media*. United States: Thomson Learning.
- Blakeman, R. (2015). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy From Idea To Implementation (2<sup>nd</sup> Edition)*. United Kingdom: Rowman & Littlefield.
- Bowdin, Glenn A. J., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2006). *Events Management (2<sup>nd</sup> Edition)*. United Kingdom: Elsevier Ltd.
- Burton, G. (2000). *Talking Television: An Introduction to The Study of Television*. United Kingdom: Hodder Arnold Publication.
- Chaniago, R. (2015). Budaya Nonton Bareng Sepak Bola. Diakses pada 2 September 2016, dari [http://www.kompasiana.com/subculture/budaya-nonton-bareng-sepak-bola\\_550df882a33311b92dba7f67](http://www.kompasiana.com/subculture/budaya-nonton-bareng-sepak-bola_550df882a33311b92dba7f67)
- Dion, Astrid P. (n.d.). Kelebihan dan Kekurangan Televisi. Diakses pada 1 September 2016, dari [http://www.academia.edu/27985478/Kelebihan\\_dan\\_Kekurangan\\_Televisi](http://www.academia.edu/27985478/Kelebihan_dan_Kekurangan_Televisi)
- Djuanda, S. (2003). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Doty, Dorothy I. (1990). *Publicity and Public Relations*. New York: Barrons Business Library.
- Duncan, T. (2005). *Principle of Advertising and IMC (2<sup>nd</sup> Edition)*. New York: The McGraw-Hill.
- Dwinarto. (2016). Manjakan Pemirsa, RCTI Bakal Siarkan 51 Pertandingan Piala Eropa 2016. Diakses pada 2 September 2016, dari <http://soccer.sindonews.com/pialaeropa/read/1113442/201/manjakan-pemirsa-rcti-bakal-siarkan-51-pertandingan-piala-eropa-2016-1464853405>

- Eastman, Susan T., Ferguson, Douglas A., & Klein, Robert A. (2002). *Promotion and Marketing for Broadcasting, Cable, and the Web (4<sup>th</sup> Edition)*. United States: Butterworth-Heinemann.
- Eng, R. (2011). TV Ratings Non Accurate Gauge of Popularity. *Las Vegas Review Journal*, 3 (2).
- Fill, C. (2005). *Marketing Communications (Engagement, Strategies, and Practice) (4<sup>th</sup> Edition)*. England: Pearson Education Limited.
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Gross, Lynne S. (2010). *Electronic Media an Introduction (10<sup>th</sup> Edition)*. New York: The McGraw-Hill.
- Hanson, Ralph E. (2016). *Mass Communication: Living in a media world*. United States: SAGE Publications.
- Hadi, Syafira A. (2016). Compro T7 2016. Jakarta: PT. Dusa Visual Nusantara Tivi Tujuh.
- Henry, R. (1995). *Marketing Public Relations: The Hows That Make It Work*. United States: Iowa State University Press.
- Lubis, I. (2012). 7TopRanking. Diakses pada 1 September 2016 dari <http://www.7topranking.com/2012/05/stasiun-televisi-terfavorit-di.html>
- Masterman, G., & Wood, Emma H. (2006). *Innovative Marketing Communications: Strategies for The Events Industry*. United Kingdom: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Morissan. (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: M. A Kencana.
- MotoGP Masuk Olah Raga Paling Populer. (2011). Diakses pada 4 September 2016, dari <http://www.pikiran-rakyat.com/otomotif/2011/01/31/133807/motogp-masuk-olah-raga-paling-populer>
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Profil Perusahaan. (2016). Diakses pada 22 Oktober 2016, dari <http://www.trans7.co.id/?v=artikel&id=3>
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi) (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Saget, A. (2006). *The Event Marketing Handbook*. United States: Kaplan Inc.

- Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Satriya. (2014). *Gambaran Umum Trans7*. Diakses pada 22 Oktober 2016, dari <http://e-journal.uajy.ac.id/6509/3/KOM203757.pdf>
- SCTV Siarkan Liga Champions dan La Liga Spanyol Musim Ini. (2016). Diakses pada 4 September 2016, dari <http://www.top Skor.id/detail/30958/SCTV-Siarkan-Liga-Champions-dan-La-Liga-Spanyol-Musim-Ini>
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Shone, A. & Parry, B. (2004). *Successful Event Management*. United Kingdom: Thomson Learning.
- Triana, L. (2016). *Desi Anwar: Demi Persaingan, Stasiun TV Harus Berani*. Diakses pada 1 September 2016 dari <http://www.mu Vila.com/tv/artikel/menjaga-persaingan-stasiun-tv-harus-berani-160104q.html>
- Vardiansyah, D. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Warnaby, G., Moss, D., & Vercic, D. (2002). *Perspectives on Public Relations Research*. United Kingdom: Taylor & Francis.
- Weiner, R. (1996). *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*. New York: McMillan General Reference.
- Yunida, F. (2016). *Analisis Strategi Promosi PT. Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV)*. Diakses pada 2 September 2016, dari <http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/45895/H06fyu.pdf?sequence=1&isAllowed=y>