

# Pemanfaatan Event New York Now 2018 dalam Mempromosikan Produk

Regina Sarah, Endri Listiani

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

ersarah72@gmail.com, buendrilistiani@gmail.com

**Abstract**—The creative industry sector is believed to be able to contribute greatly to the national economy. One way is to actively participate in various events, especially international events. International events have an important role in the development of creative industries. With an international event, it is able to help the creative industries introduce their products easily to the international market. Pala Nusantara is one of Indonesia's creative actors who used the event New York Now 2018 as an opportunity to be able to promote their products in the international market. The event was the first international event participated by Pala Nusantara. The purpose of this study is (1) to find out the steps of Pala Nusantara as a participant in the New York Now 2018 event in promoting its products in the international market, (2) to find out the obstacles and conveniences encountered by Pala Nusantara as a participant in the New York Now 2018 event in promoting its products in the international market, (3) to find out the impact of Pala Nusantara after participating in the 2018 New York Now event in promoting its products in the international market. The method chosen by researchers to conduct research on the use of events in promoting products in international markets is a qualitative method with a case study approach. Researchers used in-depth interview data collection techniques, documentation, and literature studies. Research results from the Utilization of the 2018 New York Now Event in Promoting Products, researchers found that (1) Pala Nusantara steps as participants in the 2018 New York Now event to promote its products in international markets is to plan and prepare equipment for the 2018 New York Now event, and the implementation of the 2018 New York Now event. (2) obstacles encountered by Pala Nusantara as a participant in the 2018 New York Now event to promote their products in the international market are human resources, production time, American government regulations, and a lack of market trust in the product. Whereas the convenience encountered by Pala Nusantara as a participant in the 2018 New York Now event is to get facilities in the form of a booth from Bekraf, a one-day travel facility in New York by the Consulate General, and free housing facilities from relatives who live in America. (3) the impact encountered by Pala Nusantara as a participant in the 2018 New York Now event in promoting its products in the international market is prestige, experience, and also gave birth to the newest product, PALAMylea. Meanwhile, the losses suffered by Pala Nusantara were only sales losses which could not cover Pala Nusantara's expenses for participation in the 2018 New York Now event.

**Keywords**—Event marketing, promoting products, international markets, Pala Nusantara.

**Abstrak**—Sektor industri kreatif dipercaya mampu

memberikan kontribusi besar bagi perekonomian nasional. Salah satu caranya adalah dengan aktif mengikuti berbagai *event*, terutama *event* internasional. Dengan adanya *event* internasional, mampu membantu industri kreatif memperkenalkan produknya dengan mudah ke pasar internasional. Pala Nusantara merupakan salah satu pelaku kreatif Indonesia yang memanfaatkan *event New York Now 2018* sebagai salah satu peluang untuk dapat mempromosikan produknya di pasar internasional. *Event* tersebut merupakan *event* internasional pertama yang diikuti oleh Pala Nusantara. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui langkah-langkah Pala Nusantara sebagai partisipan *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional, (2) untuk mengetahui hambatan dan kemudahan yang ditemui oleh Pala Nusantara sebagai partisipan *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional, (3) untuk mengetahui dampak yang didapati oleh Pala Nusantara setelah berpartisipasi di *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional. Metode yang dipilih oleh peneliti untuk melakukan penelitian mengenai pemanfaatan *event* dalam mempromosikan produk di pasar internasional ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian dari Pemanfaatan *Event New York Now 2018* dalam Mempromosikan Produk, yaitu (1) langkah-langkah Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* untuk mempromosikan produknya di pasar internasional adalah merencanakan dan mempersiapkan perlengkapan untuk *event New York Now 2018*, dan pelaksanaan *event New York Now 2018*, (2) hambatan yang ditemui Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* untuk mempromosikan produknya di pasar internasional adalah sumber daya manusia, waktu produksi, regulasi pemerintahan Amerika, dan kurangnya rasa percaya pasar terhadap produk. Sedangkan kemudahan yang ditemui oleh Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* adalah mendapat fasilitas berupa *booth* dari Bekraf, fasilitas perjalanan satu hari di *New York* oleh KJRI, dan fasilitas tempat tinggal gratis dari kerabat yang tinggal di Amerika, dan (3) dampak yang ditemui oleh Pala

Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional adalah *prestise, experience, dan juga melahirkan produk terbaru yaitu PALAMylea*. Sedangkan, kerugian yang dialami oleh Pala Nusantara hanya kerugian penjualan yang tidak dapat menutupi pengeluaran Pala Nusantara untuk keikutsertaannya menjadi partisipan di *event New York Now 2018*.

*Kata kunci—Event marketing, mempromosikan produk, pasar internasional, Pala Nusantara.*

## I. PENDAHULUAN

Mengangkat merek lokal merupakan salah satu langkah strategis untuk mempromosikan produk buatan Indonesia di pasar internasional. Langkah tersebut, dapat dilakukan misalnya melalui pemasaran, periklanan, maupun melalui sebuah event. Termasuk salah satu event yang diselenggarakan di Amerika Serikat yakni event *New York Now 2018*.

Tahun 2018 merupakan tahun ketiga *brand* lokal Indonesia melalui Bekraf tampil memamerkan karya-karya istimewa anak bangsa di ajang *New York Now 2018*. Kali ini, Ke-8 *brand* lokal Indonesia yang terpilih dijaring melalui metode *open call* dari Bekraf, dan semuanya sudah sesuai dengan kriteria produk yang ditetapkan dengan standar yang telah ditentukan oleh kurator Bekraf untuk merek lokal Indonesia yang ingin berpartisipasi di *event New York Now 2018*.

Dengan terpilihnya *brand* lokal Indonesia melalui *open call* Bekraf, mampu dijadikan peluang bagi *brand* lokal untuk mempromosikan produknya di *event New York Now 2018*. Salah satu *brand* lokal yang memanfaatkan peluang tersebut adalah Pala Nusantara. Melalui *event* tersebut mampu membantu Pala Nusantara dapat memperkenalkan filosofi budaya Indonesia yang tertanam dalam setiap produknya kepada pasar Amerika, hal ini berkaitan dengan tujuan Pala Nusantara sebagai sebuah perusahaan yaitu sebagai jam tangan nasional, jam tangan yang dapat *me-represent* Indonesia kepada dunia.

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, peneliti menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana langkah-langkah Pala Nusantara sebagai partisipan *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional?
2. Bagaimana hambatan dan kemudahan yang ditemui oleh Pala Nusantara sebagai partisipan *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional?
3. Bagaimana dampak yang didapati oleh Pala Nusantara setelah berpartisipasi di *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional?

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, peneliti menyusun tujuan penelitian sebagai

berikut:

1. Untuk mengetahui langkah-langkah Pala Nusantara sebagai partisipan *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional.
2. Untuk mengetahui hambatan dan kemudahan yang ditemui oleh Pala Nusantara sebagai partisipan *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional.
3. Untuk mengetahui dampak yang didapati oleh Pala Nusantara setelah berpartisipasi di *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional.

## II. LANDASAN TEORI

Kegiatan komunikasi pemasaran yang mampu membangun image perusahaan ataupun brand, hak ini terjadi karena event marketing mampu menjadi bagian yang spesial dan pribadi bagi kehidupan konsumen. Menurut [1] event didefinisikan sebagai suatu kurun waktu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara. Perusahaan atau organisasi menggunakan event pemasaran untuk beberapa tujuan, yakni mengikat publik sasaran, mengasosiasikan *brand* dengan aktivitas, gaya hidup atau orang tertentu, menjangkau publik yang sulit dijangkau, meningkatkan kesadaran terhadap *brand*, dan memperoleh publikasi.

Event biasanya memiliki dampak yang lebih besar dibanding alat pemasaran lain karena event mengajak publik untuk terlibat langsung dan menjadi bagian dari event tersebut. Agar pelaksanaan *event* dapat berjalan dengan lancar, diperlukannya perencanaan yang matang. Dengan manajemen event yang dilakukan yaitu untuk memenuhi apa saja yang ada dalam event tersebut seperti halnya dengan membuat perencanaan event pameran pernikahan tradisional ini sebaik mungkin. Hal yang dilakukan dalam perencanaan dari penetapan tujuan event pameran yang mengacu pada bagaimana cara menjual suatu produk dan jasa yang baik untuk para pengusaha di bidang pernikahan melalui pameran ini. Selain dari tujuan event ada juga pengaturan sumber daya manusia, yang dimaksudkan adalah pembagian tugas dalam tiap – tiap anggota yang berpartisipasi dalam event. Ada manajer event, marketing, logistik, dan staff acara[2].

Event marketing perlu dirancang sedemikian rupa sehingga akan memberikan hasil yang positif bagi perusahaan. Noor (2017:132-134) menjelaskan bahwa proses rencana penyelenggaraan event terdiri dari 7 langkah yaitu:

### 1. Penetapan Tujuan.

Proses perencanaan event dimulai dengan menentukan tujuan yang dapat diterima dengan jelas oleh setiap anggota tim yang akan terlibat dalam pelaksanaan event.

Anggota tim terdiri dari ketua komite organisasi, sampai ke staff penyelenggara. Kejelasan tujuan yang dimunculkan pada proses perencanaan akan membawa setiap anggota tim pada tujuan dan arah yang sama dalam pelaksanaan event. Tujuan merupakan langkah awal dalam setiap perencanaan sebuah event. Tujuan diselenggarakannya suatu event dapat berupa: pembelajaran, bertukar pikiran, sosialisasi, peringatan, hiburan, mempromosikan produk baru perusahaan atau meningkatkan pendapatan perusahaan dan sebagainya.

#### 2. Rencana Awal.

Rencana awal penyelenggaraan event dimulai dengan dua tahap, yaitu, mencari informasi tentang event yang akan diselenggarakan dan mengumpulkan informasi yang berhubungan.

#### 3. Rencana Detil.

Setelah semua informasi tentang penyelenggaraan event didapat, tahap selanjutnya adalah menuangkan rencana ke dalam perencanaan yang lebih detil dan dilakukan oleh pihak yang kompeten sesuai dengan bidangnya. Pada penyelenggara event biasanya terdapat tiga bagian pokok, seperti bidang keuangan, bidang operasional, dan bidang pemasaran.

#### 4. Diskusi Tentang Perencanaan.

Setelah ketiga bidang tersebut di susun secara detil, kesemua rencana yang tertuang perlu didiskusikan dengan anggota tim. setiap anggota tim akan bekerja sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan.

#### 5. Mengatur Persiapan Event.

Tahap selanjutnya adalah mengatur persiapan event dengan selalu berpedoman pada tujuan dan tenggat waktu yang telah ditetapkan.

#### 6. Penyelenggaraan Event.

Pada tahap penyelenggaraan event, operasional penyelenggaraan diharapkan sesuai dengan rencana yang telah dibuat, sehingga diperlukan kontrol yang baik dari masing-masing ketua tim di bidangnya.

#### 7. Legalitas.

Tahap terakhir dari proses perencanaan yang perlu diperhatikan adalah legalitas dari penyelenggaraan event. Banyak event diselenggarakan tidak mendapat ijin dari pihak-pihak yang berhubungan dengan event. Pada tahap akhir juga perlu dilakukan evaluasi terhadap penyelenggaraan event tersebut. Hal ini untuk mengetahui apakah event dengan jenis yang sama dapat diselenggarakan pada masa yang akan datang, atau apakah event tersebut perlu di ubah formatnya.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Langkah-langkah Pala Nusantara Sebagai Partisipan Event New York Now 2018 dalam Mempromosikan Produknya di Pasar Internasional.

Dalam mempromosikan produknya event *New York Now 2018*, langkah-langkah yang dilakukan Pala Nusantara yang pertama adalah merancang dan

mempersiapkan keperluan Pala Nusantara sebelum pergi ke Amerika. Terdapat tiga hal yang Pala Nusantara rencanakan dan persiapan yakni Anggaran, operasional, dan pemasaran. Mengingat, *event New York Now 2018* merupakan event internasional pertama yang diikuti oleh Pala Nusantara, sehingga diperlukannya kegiatan perencanaan dan persiapan yang matang agar keikutsertaannya sebagai partisipan event dapat berjalan dengan lancar. Setelah perencanaan dan persiapan telah dilakukan, langkah selanjutnya adalah pelaksanaan *event New York Now 2018* pada tanggal 12 Agustus 2018 sampai dengan tanggal 15 Agustus 2018 yang bertempat di gedung Jacob K. Javits Center, New York. Selama event berlangsung, kegiatan yang dilakukan Pala Nusantara tidak lain adalah menjajaki dan mempromosikan produknya kepada audiens yang berkunjung. Uniknyanya adalah, disini Pala Nusantara mampu memanfaatkan moment ketika mereka masih berada di Amerika dengan cara mengunjungi toko-toko kreatif yang ada di Brooklyn dan Manhattan. Hal ini dilakukan karena Pala Nusantara ingin mempromosikan produk mereka secara langsung tatap muka dengan ke-12 toko kreatif tersebut dengan harapan dapat terjalinnya kerjasama secara *business to business* (B2B). Namun sayangnya, dalam mempromosikan produknya di *event New York Now 2018*, Pala Nusantara tidak melakukan langkah terakhir yaitu evaluasi selama Pala Nusantara menjadi partisipan di *event New York Now 2018*. Karena pada dasarnya, evaluasi merupakan langkah yang sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan, guna untuk mengetahui seberapa baik tingkat penguasaan suatu perusahaan terhadap kegiatan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Kemudian, untuk mengetahui tingkat efisiensi dan efektivitas suatu metode, media, dan sumberdaya lainnya dalam melaksanakan kegiatan. Dan terakhir sebagai umpan balik dan informasi penting bagi pelaksana evaluasi untuk memperbaiki kekurangan yang ada, dimana hal tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengambil keputusan di masa mendatang.

#### B. Hambatan dan Kemudahan yang Ditemui Oleh Pala Nusantara Sebagai Partisipan Event New York Now 2018 dalam Mempromosikan Produknya di Pasar Internasional.

Untuk menjajaki pasar internasional, hal yang perlu dipersiapkan bukan hanya dari segi anggaran, dan juga komunikasi pemasaran yang digunakan. Akan tetapi sebuah perusahaan harus mampu terlebih dahulu mengetahui apa saja risiko yang mungkin terjadi ketika ingin mempromosikan produknya di pasar internasional. Terlebih lagi, untuk perusahaan yang baru pertama kali menginjakkan produknya di pasar internasional. Karena pada dasarnya pemasaran di nasional dengan pemasaran di internasional memiliki perbedaan yang cukup signifikan mulai dari segi peraturan pemerintahnya, selera pasar, kekuatan produksi, jalur distribusi, dan masih banyak lagi. Sudah menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan lokal

yang ingin memulai untuk melakukan pemasaran ke ranah internasional untuk mengetahui dan memahami risiko apa saja yang akan ditemui, sehingga perusahaan tersebut lebih mudah untuk memprediksi hambatan yang akan terjadi dan sudah melakukan perencanaan dan persiapan yang matang sehingga akan meminimalkan kerugian yang muncul. Hambatan yang ditemui Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* untuk mempromosikan produknya di pasar internasional adalah sumberdaya manusia, waktu produksi, regulasi pemerintahan Amerika, dan kurangnya rasa percaya pasar terhadap produk.

Dimana ada hambatan, disitu juga ada kemudahan. Kemudahan merupakan suatu hal yang dapat memperlancar usaha seseorang dalam melakukan kegiatan. Terlebih lagi dengan kemudahan yang ditemui oleh sebuah perusahaan ketika melakukan kegiatan komunikasi pemasaran. Kemudahan yang didapat, harus mampu dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. Kemudahan yang ditemui oleh Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* adalah mendapat fasilitas berupa *booth* dari Bekraf, fasilitas perjalanan satu hari di *New York* oleh KJRI, dan fasilitas tempat tinggal gratis dari kerabat yang tinggal di Amerika.

#### C. Dampak yang Didapati oleh Pala Nusantara Setelah Berpartisipasi di Event New York Now 2018 dalam Mempromosikan Produknya di Pasar Internasional.

Dampak yang ditemui oleh Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional adalah *prestise*, pengayaan diri, dan juga melahirkan produk terbaru yaitu PALAMylea. Sedangkan, kerugian yang dialami oleh Pala Nusantara hanya kerugian penjualan yang tidak dapat menutupi pengeluaran Pala Nusantara untuk keikutsertaannya menjadi partisipan di *event New York Now 2018*.

Untuk meningkatkan *brand equity* perusahaan bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan. *Brand equity* dapat diperoleh setelah identitas perusahaan sudah jelas, dan perusahaan sudah memasuki pasar dan konsumen. Perusahaan dengan identitas yang kuat akan mampu bertahan dalam pasar dan dapat banyak membantu dalam strategi pemasaran. Pala Nusantara memanfaatkan komunikasi pemasaran salahsatunya *event marketing* untuk meningkatkan *brand equity*nya. Hal ini direalisasikan Pala Nusantara dengan mengikutsertakan *brand*nya menjadi partisipan di *event New York Now 2018*. Dan terbukti, setelah berpartisipasi dalam *event*, Pala Nusantara mendapatkan banyak keuntungan yang dapat mengembangkan Pala Nusantara menjadi lebih baik lagi. Salah satu keuntungan yang didapat yakni lahirnya produk jam tangan dengan series baru yaitu PALAMylea. PALAMYlea hadir karena adanya selera baru dari konsumen Amerika yang kemudian Pala Nusantara adaptasi dan direalisasikan kedalam bentuk produk.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Langkah-langkah Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* untuk mempromosikan produknya di pasar internasional adalah merencanakan dan mempersiapkan perlengkapan untuk *event New York Now 2018*, dan pelaksanaan *event New York Now 2018*.
2. Hambatan yang ditemui Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* untuk mempromosikan produknya di pasar internasional adalah sumberdaya manusia, waktu produksi, regulasi pemerintahan Amerika, dan kurangnya rasa percaya pasar terhadap produk. Sedangkan kemudahan yang ditemui oleh Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* adalah mendapat fasilitas berupa *booth* dari Bekraf, fasilitas perjalanan satu hari di *New York* oleh KJRI, dan fasilitas tempat tinggal gratis dari kerabat yang tinggal di Amerika.
3. Dampak yang ditemui oleh Pala Nusantara sebagai partisipan di *event New York Now 2018* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional adalah *prestise*, pengayaan diri, dan juga melahirkan produk terbaru yaitu PALAMylea. Sedangkan, kerugian yang dialami oleh Pala Nusantara hanya kerugian penjualan yang tidak dapat menutupi pengeluaran Pala Nusantara untuk keikutsertaannya menjadi partisipan di *event New York Now 2018*.

## V. SARAN

### A. Saran Teoritis

1. Mempromosikan produk di pasar internasional bukanlah hal yang mudah, apalagi mempromosikan produk lokal Indonesia. Oleh karena itu, diperlukannya komunikasi pemasaran yang tepat. Salah satunya komunikasi pemasaran melalui *event marketing*. Karena melalui *event marketing*, mampu mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara *event*. Pemaparan menurut ahli yaitu Kennedy mengenai *event marketing* dapat dijadikan acuan bagi perusahaan.
2. Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai pemanfaatan *event* dalam mempromosikan produknya di pasar internasional diharapkan dapat lebih dalam menggali dan membahas perencanaan *event* yang dilakukan oleh perusahaan lain selain Pala Nusantara. Serta disarankan untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai perencanaan *event* cakupannya masih luas dan dapat dibahas serta diteliti.

B. *Saran Praktis*

1. Produk lokal Indonesia belum memiliki jati diri yang kuat dalam benak konsumen pasar internasional, khususnya pasar Amerika, dimana saat ini produk yang dibuat oleh negara Asia masih belum memiliki kualitas sebaik produk buatan Amerika. Terlebih lagi untuk produk yang terbuat dari material berbahan dasar hewan dan tumbuhan, diperlukan sertifikasi terhadap produk tersebut. Maka dari itu, semoga kedepannya Pala Nusantara mampu mematenkan produk terbaru mereka yang diadaptasi dari penemuan Pala Nusantara di *event New York Now 2018* yaitu PALAMylea dengan sertifikasi produk agar produk mudah diterima di pasar internasional, khususnya pasar Amerika.
2. Untuk memenuhi kebutuhan pasar, baik nasional maupun internasional, sebaiknya Pala Nusantara menambah tenaga kerja yang terampil dalam pembuatan produk, sehingga Pala Nusantara dapat menambah kapasitas produksi.
3. Selain mempromosikan produknya di pasar internasional melalui marketing *offline*, diharapkan Pala Nusantara juga dapat meningkatkan kegiatan promosi produknya di pasar internasional melalui marketing *online*. Sehingga dapat mempertahankan *engagement* yang telah terbangun antara Pala Nusantara dengan konsumen internasional melalui *event New York Now 2018*.
4. Sebaiknya sebelum mempromosikan produknya di pasar internasional, Pala Nusantara disarankan untuk terlebih dahulu melakukan pencarian informasi mengenai regulasi pemerintahan yang dituju mengenai penerimaan produk mereka untuk sampai ke negara yang dituju. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi lagi hambatan yang ditemui yang dapat merugikan Pala Nusantara untuk kedepannya.
5. Setelah seluruh kegiatan komunikasi pemasaran khususnya *event marketing* selesai, sebaiknya Pala Nusantara melakukan kegiatan evaluasi. Karena pada dasarnya, evaluasi merupakan langkah yang sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan, guna untuk mengetahui seberapa baik tingkat penguasaan suatu perusahaan terhadap kegiatan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Kemudian, untuk mengetahui tingkat efisiensi dan efektivitas suatu metode, media, dan sumberdaya lainnya dalam melaksanakan kegiatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kennedy, John E. 2009. *Manajemen Event*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- [2] Triwardhani, Ike Junita dan Suhendra, Fernando. 2015. *Manajemen Event Pameran Pernikahan Tradisional Lintaswarna*, dalam *rosiding Penelitian Sivitas Akademika Unisba (Sosial dan Humaniora)*, Gel. 2, 139-144

- [3] Chandra, gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [4] Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [5] Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif:Teori dan Paktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [6] Kotler dan Armstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- [7] Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- [8] Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 2*. Jakarta : Penerbit Erlangga.