

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Agustina, T. S., & Putra, M. N. C. (2021). Kreativitas Para Pekerja Kreatif Radio Gen 103.1 FM Surabaya Ditinjau Dari Peran Gaya Kepemimpinan Transformasional. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 63–76. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.212>
- Andhini, N. F. (2017). Metode penelitian survey. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ardiningtyas, Y. (2015). PERKEMBANGAN RADIO SEBAGAI PERS ELEKTRONIK DI MADIUN TAHUN 1998-2013. *JURNAL AGASTYA*, 161–181. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/JA/article/viewFile/890/803>
- Azis, M. A. (2021). Minat Pendengar Radio Terhadap Karakter Suara Penyiar (Studi Deskriptif Karakter Suara Penyiar Vee Dan Choky dengan Minat Pendengar radio). *Commercium (Universitas Negeri Surabaya)*, 4(1), 111–121.
- Beriana, B. (2014). STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO MARA FM DALAM PROGRAM MARA MORNING. *ARTIKEL ILMIAH SARJANA FIKOM UNISBA*. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/viewFile/117/pdf>
- Dzulfiqar, M. (2021). *PESAN INSTASTORIES RADIO GEN 103.1 FM SURABAYA SEBAGAI PROGRAM SIAR GUNA MENINGKATKAN LOYALITAS PENDENGAR*.

- Faisal, I. A., & Rohmiyati, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4), 281–290. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23234>
- Giantika, G. G. (2019). Strategy Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Penjualan Fashion Muslim Online (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zilohijab). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 169–175. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.6219>
- Gunawan, A., & Rochim, M. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fortuna FM Sukabumi*. 199–202. <http://103.78.195.33/handle/123456789/27325>
- Instagram. (2024). *No Title*. <https://about.instagram.com/JATIM>, P. (2021). *No Title*. <https://www.radiojatim.com/>
- Kurniawan, W. T., Mulyani, H. S., & Al-Faqih, M. Z. (2022). Kepuasan Khalayak dalam Mendengarkan Insert Berita The Highlights Radio Prambors Jakarta. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 5(2), 129. <https://doi.org/10.24198/jkj.v5i2.32802>
- Meitiawati, B., & Gartanti, W. T. (n.d.). *Strategi Humas PDAM Tirtawening dalam Penggunaan Media Sosial di Instagram @Perumda\_Tirtawening*. 690–696.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Miranda, P., & Yuliati, R. (2020). Eksistensi Radio Saat Ini : Studi Preferensi & Motivasi Khalayak Dalam Mendengarkan Radio. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3), 735. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2477>

- Morissan, M. . (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Kencana.
- Nurhaliza, S., & Farid, F. (2022). Strategi Komunikasi Program Radio Pendidikan Sebagai Media Sumber Pembelajaran dan Informasi. *Koneksi*, 6(1), 76. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15464>
- Prayudha Harley, H. (2013). *Radio is Sound Only Panduan Mengelola Radio Di Era Digital*. Broadcastmagz. [http://repository.unitomo.ac.id/1659/1/RADIO IS SOUND ONLY - HHP %26 ARM.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/1659/1/RADIO-IS-SOUND-ONLY-HHP-%26-ARM.pdf)
- Prisanastiti, A. R., & Radjagukguk, D. L. (2021). Strategi Komunikasi Siaran Radio Gen 98.7 Fm Jakarta Dalam Program Siaran Dj Sore Untuk Mempertahankan Pendengar. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(10), 215. <https://doi.org/10.47313/ppl.v5i10.952>
- Putri, A. (2020). Implementasi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya Dalam Mendapatkan Iklan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Commercium*, 3(2), 1–12. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/36316>
- Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).
- Singh, A., & Mathur, S. (2019). The Insight of Content Marketing at Social Media Platforms. *Journal of Management Sciences*, 9(2), 21–26. <https://doi.org/10.21567/adhyayan.v9i2.4>
- Valiant, V. (2020). Strategi Komunikasi Konten Podcast di Aplikasi NOICE(Studi Deskriptif pada Aplikasi NOICE sebagai Konten Audio Indonesia). *Perpustakaan FIKOM UPI*. <http://repository.upi-yai.ac.id/1251/>