

## DAFTAR PUSTAKA

- Adwitya, S. A., & Agung Wibowo, M. (2020). ANALISA PERBEDAAN LPS (LAST PLANNER SYSTEM) DENGAN SISTEM KONVENSIONAL SERTA PENGARUH CPM DAN BAR CHART PADA LPS. *Wahana Teknik Sipil*, 25(1), 80.
- Ahmad, N. (2021). *PANDUAN MENYUNTING BERITA MULTIMEDIA: ALTERNATIF DARI DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI UGM* (G. D. Parahita, Ed.; 1st ed.). Youth Studies Centre Fisipol UGM. <https://www.researchgate.net/publication/352952302>
- Alaika, I. (2019a). *KOMERSIALISASI DI BALIK AKTIVITAS PRODUKSI DAN KONSUMSI (PROSUMER) INFORMASI DI KALANGAN SELEBGRAM*. Universitas Airlangga.
- Alaika, I. (2019b). *KOMERSIALISASI DI BALIK AKTIVITAS PRODUKSI DAN KONSUMSI (PROSUMER) INFORMASI DI KALANGAN SELEBGRAM*.
- Albarran, A. B. (2016). *The Media Economy* (A. B. Albarran, Ed.; 2nd ed.). taylorfrancis. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315715094>
- Amanah, S. (2015). PERANAN STRATEGI PROMOSI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN. *Jurnal Lentera*, 13(1), 56–60.
- Anggraini, H. (2022). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKAKAN JUMLAH PEMASANG IKLAN RADIO TOP FM SEMARANG. *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 01(18), 11–12.
- Anindya, W. D. (2021). Strategi Menulis Teks Promosi (Copywriting) di Instagram untuk Meningkatkan Penjualan Onlineshop (Copywriting Strategy on Instagram to Increase the Selling of Onlineshop). *JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 5(2), 148–155. <https://doi.org/10.33366/jast.v5i2>
- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Arkan, F., & Saputra, A. (2020). *LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL) DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (DISKOMINFO) PROVINSI LAMPUNG*.
- Barokah, A. S. (2022). *NEW SOCIAL MEDIA DAN IMAGOLOGI POLITIK ANALISIS FRAMING TERHADAP KONTEN (POLITIK) PADA KANAL YOUTUBE DEDI MULYADI PERIODE 2021*. Universitas Siliwangi.

- Boediman, E. P. (2022). Media Sosial sebagai Media Baru dalam Perspektif Praktisi Public Relations pada Era Generasi Milenial. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(02), 217–232.
- Chyania, D. (2018). *TINJAUAN ATAS PROSEDUR PEMBELIAN PERALATAN KANTOR PADA PT DELTRA WIJAYA KONSULTAN* *Review of the Procedure Purchasing Office Equipment At PT Deltra Wijaya Konsultan*. Universitas Komputer Indonesia.
- Databoks. (2016, November 17). *Penetrasi Media 2016*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Databoks. (2024, June 4). *Data Usia Pengguna Platform Digital Indonesia*. Databoks.
- Dayat, M. (2019). STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASAR. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 303.
- Dzulfiqar, M. (2021). *PESAN INSTASTORIES RADIO GEN 103.1 FM SURABAYA SEBAGAI PROGRAM SIAR GUNA MENINGKATKAN LOYALITAS PENDENGAR*. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Eka Diana, A. (2017). *EKOLOGI MEDIA RADIO SWASTA GERONIMO FM DAN SWARAGAMA FM (Analisis Teori Niche pada Program Siaran berita Radio Geronimo FM dan Swaragama FM periode 1-31 Agustus 2016)*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fahimah, M., & Ningsih, L. A. (2022). Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement. *Benchmark*, 3(1), 43–52. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v3i1.283>
- Fajriyah, L. W. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Pudji Ungaran dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Fatdhoriyah, S. (2017). *PERANCANGAN VIDEO CAMPAIGN DURIAN SUMBER KESEJAHTERAAN DI DESA KALIGONO, KECAMATAN KALGESING, KABUPATEN PURWOREJO*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Faturtama, D. L. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER INFORMASI AWAL BAGI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UINSU. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1123–1130. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.320>
- Fayumi, N. A. (2024). *UNIVERSITAS NASIONAL STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI*

*INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA FANMADE MERCHANDISE K-POP BRAND 304 STUFF)*. Universitas Nasional.

- Firnanda, A. (2014). *ANALISIS PENEMPATAN PEGAWAI NEGERI SIPIL PADA BADAN KEPEGAWAIAN DAERAH KOTA PEKANBARU*. Universitas Kasim Riau.
- Fuad Marpaung, A., Husnah, A., Wicaksana, B. E., Agustina, D., Zahra, F., Alvin, M., Dalimunthe, H., & Ningrum, N. A. (2022). Strategi Penyiaran Radio Komersial di Era Digitalisasi pada Radio UMSU Medan. *KENDALI DAN LISTRIK*, 3(1).
- Hardian, A. (2020). Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan Kematian (Studi Komparatif Kompas.com dan Tempo.co atas Pemberitaan Wafatnya Sapardi Djoko Damono). *Jurnal PIKMA*, 3(1), 58–59.
- Harliantara. (2016). *On Air to Online Pengantar Penyiaran Radio* (A. Setiadi, Ed.; 1st ed.). Broadcastmagz.
- Harsono, P. (2023). MENGATASI TANTANGAN DAMPAK KAWASAN INDUSTRI MELALUI PENGUATAN SDM, PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, DAN DUKUNGAN UMKM DI DESA NAMBO UDIK, KECAMATAN CIKANDE, KABUPATEN SERANG. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 3(2), 11. <https://doi.org/10.53067/ijecsed.v3i2>
- Hidayah, A. R. (2020a). *PENGELOLAAN KOVERGENSI MEDIA SUARA SURABAYA MEDIA DI ERA DISRUPSI*. Universitas Airlangga.
- Hidayah, A. R. (2020b). *TESIS PENGELOLAAN KOVERGENSI MEDIA SUARA SURABAYA MEDIA DI ERA DISRUPSI TESIS*. Universitas Airlangga.
- Hidayah, N. (2018). *ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETNG DALAM MEMBANTU PENJUALAN LIVING SPACE DAN EFO STORE*. Universitas Islam Indonesia .
- Hidayatul Ummah. (2021). *Manajemen Industri Media Massa* (S. Kasimin, Ed.; 1st ed.). Syiah Kuala University Press.
- Ikhwan, M. (2022a). *Manajemen Media Kontemporer* (E. Wahyudin & A. Tifiri, Eds.; 1st ed.). Kencana.
- Ikhwan, M. (2022b). *Manajemen Media Kontemporer* (E. Wahyudin & A. Tifiri, Eds.; 1st ed.). Kencana.
- Iriantara, Y. (2014). Konsep Manajemen dan Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Media Massa*.

- Juniawan, H. D. (2020). ANALISIS PRODUKSI KONTEN MR. KECE DI OPINI.ID. In 2020. UIN Syarif Hidayatullah.
- Kamuri, K. J. (2021). ANALISIS PERAN DIGITAL CONTENT MARKETING BAGI WIRUSAHA MILENIAL DI KOTA KUPANG DALAM MASA PANDEMI COVID-19. *Journal Of Management*, 14(2), 4.
- Khadziq, K. (2016). KONVERGENSI MEDIA SURAT KABAR LOKAL (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Profenti: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 8–9. www.tempo.com
- Krisnawati, A. (2015). KONVERGENSI DAN KONGLOMERASI BISNIS MEDIA. *Mercubuana*. www.mercubuana.ac.id
- Kristiyono, J. (2022). *Konvergensi Media* (J. Kristiyono, Ed.; 1st ed.). Kencana.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (G. Azmi, Ed.; 7th ed.). Kencana.
- Kung, L. (2016). *Strategic Management in the Media: Theory to Practice* (2nd ed.). SAGE.
- Kustiawan, W., Hamzah Panggabean, A., Sartika, I., Supriadi, T., Yanti Lubis, I., Faidah, Y., Harmain, M., & Siaran Radio Winda Kustiawan, P. (2023). Program Siaran Radio. *Journal Of Social Science Rsearch*, 3(2), 3.
- Lucysera Sinaga, O., Ismail, K., Syahputra, D., & Pitri, A. (2021). Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Pola Komunikasi Masyarakat. *ResearchGate*, 1–1.
- Luttrell, R. (2021). *Social Media: How to Engage, Share and Connect* (4th ed.). Rowman & littlefield.
- Machsunah, U. (2022). ANALISIS TEORI SOME PADA PENGELOLAAN AKUN INSTRAGRAM @pesantrenbima. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 6(1), 64–77. <https://doi.org/10.32534/jike.v6i1.3467>
- Manik, R. R. D. S. (2020). *DASAR-DASAR MANAJEMEN* (A. Abdullatif R, Ed.; 1st ed.). Widina Bhakti Persada bandung. www.penerbitwidina.com
- Marchewka, M., Nesterak, J., Sołtysik, M., Szymła, W., & Wojnarowska, M. (2020). Multitasking Effects on Individual Performance: An Experimental Eye-Tracking Study. *EUROPEAN RESEARCH STUDIES JOURNAL*, XXIII(Issue 1), 107–116. <https://doi.org/10.35808/ersj/1539>
- Marendra, M. (2017). *PENGARUH IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN TERHADAP KINERJA INSTANSI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Studi

*Pada Dinas Pengelolaan Pasar Bandar Lampung*). UIN Raden Intan Lampung.

- Maretta, E. D. (2022). PENGARUH JENIS KONTEN DALAM MENARIK PELANGGAN. *Researchgate*, 1. <https://www.researchgate.net/publication/366305601>
- Mawardiningsih, W. (2021). *Manajemen Strategi Media* (W. Mawardiningsih & M. Madonna, Eds.; 1st ed.). Insania. <https://www.researchgate.net/publication/358138336>
- Morrison. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Morrison, Ed.; 2nd ed.). Kencana.
- Muamaroh. (2021). *STRATEGI KREATIF MUSLIMAH DAILY.COM DALAM MENGEMAS KONTEN DAKWAH MELALUI FILM ISLAMI EMBUN HIJRAH*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Muchidin, D. J. (2016). ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOSAT OOREDOO. *Repository Umy*, 4–5.
- Mustofa. (2019). PERAN HASHTAG (#) DALAM MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA BRANDING PUSTAKAWAN. *Journal Iainkudus*, 7(1), 34–36.
- Ningrum, H. F. (2023). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (H. F. Ningrum, Ed.; Kusuma, Rr).
- Noviastuti, E. (2022). *PROSES PRODUKSI KONTEN KECANTIKAN PADA FITUR INSTAGRAM REELS (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @lalalaskin\_)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Nur, L., Deniawan, F., Chandra, T., Sos, W. S., & Ikom, M. (2021). STRATEGI RADIO MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI. *Jurnalkommas*, 3.
- Nuraeni, R., Octaviani, F., & Aprianti, A. (2016). STRATEGI PROGRAMMING RADIO KOMUNITAS (Studi Kasus Radio Komunitas Seni Budaya (RKSB) Ujung Berung Kota Bandung). *JURNAL LISKI*, 2(1).
- Nurlatifah, M., & Irwansyah, I. (2021). FACT-CHECKING DAN JURNALISME KOLABORATIF PADA PLATFORM MEDIA ONLINE. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 18(1), 67–86. <https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.1871>
- Nurlia. (2019). PENGARUH STRUKTUR ORGANISASI TERHADAP PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN (PERBANDINGAN ANTARA EKSPEKTASI /HARAPAN DENGAN HASIL KERJA) Nurlia. *Meraja Journal*, 2(2), 51–56.

- P Tifani, D. F. (2023). *Brand Awareness Human Initiative pada Konten Media Sosial Instagram*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Pambudi, I. (2019). *ANALISIS FRAMING VIDEO BREAKING NEWS JATUHNYA PESAWAT LION AIR JT-610 DAN JALAN RAYA GUBENG AMBLES SURABAYA PADA OFFICIAL YOUTUBE ACCOUNT KOMPAS TV*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Pearce, R. (2014). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (R. Pearce, Ed.; 12th ed.). Salemba Empat.
- Prahoru, M. (2021). *Manajemen Surat Kabar* (1st ed.). Prenada Media.
- Prajarto, N. (2018). Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe\_turah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 1–2.
- Pramana, S. H. H. (2021). The Convergence Continuum of Radio Songgolangit. *Unida.Gontor*, 6(2), 97–98. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.7077>
- Prawiro, M. (2023). *Manajemen Kampanye: Pengertian, Komponen, Serta Tahapannya*.
- Priatna, M. R. (2023). *STRATEGI KREATIF KONTEN KREATOR DALAM MEMPRODUKSI VIDEO DI AKUN YOUTUBE ANGR*. UIN Sultan Syarif Kasim.
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (S. Pujileksono, Ed.; 2nd ed.). Kelompok Intrans Publishing.
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (S. Pujileksono, Ed.; 2nd ed.). Kelompok Intrans Publishing.
- Rahman, J. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL BAGI PROSES BELAJAR SISWA. *Jurnal Kemenag Kalimantan Selatan*, 1–18(3.4), 4–4.
- Rahman, N. A. (2016). *PROGRAM KONSELING KELUARGA BERBASIS FAMILY QUALITY OF LIFE PADA KELUARGA YANG MEMILIKI ANAK DENGAN AUTISME*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ratna, N. K. (2020). *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya* (N. K. Ratna, Ed.; 2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Rini, E. M. (2017). PENGARUH TERPAAN TAYANGAN TRAVELING CHANNEL DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BERWISATA SUBSCRIBERS DI INDONESIA (Studi Pada Subscribers Traveling Channel YouTube Ponti Ramanta). *Telkomuniversity*, 4(1), 1.

- Riyanto, A. D. (2024, February 21). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. We Are Social. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Rizaldy, M. I., & Dkk. (2022). KONVERGENSI MEDIA SURAT KABAR LOKAL KALTENG POS Media Convergence of Local Newspapers Kalteng Pos. *Umpalankaraya*, 21(3), 22–23. <http://journal.umpalankaraya.ac.id/index.php/anterior>
- Romli, A. S. M. (2016). *Jurnalisme Praktis Untuk Pemula* (10th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Rusadi, U. (2014). Konsumsi Berita Lintas Media Massa Konvensional Dan Internet. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 4(3), 183.
- Sahputra, D., Khairullah, Surbakti, P. M., Ginting, E. S. br, Simanjuntak, S. Y., & Marito, S. H. (2023). Penerapan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik dalam Berita CNNIndonesia.com. *Jurnal Pekommas*, 8(1), 95–106. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v8i1.5033>
- Saifudin, W., Kusuma, A., & Rachmawati, F. (2022). AKTIVASI DIGITAL RADIO SIARAN SEBAGAI UPAYA PERLUASAN AUDIENCE. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 85–99. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i1.6676>
- Sari, S. (2014). PROSES PENYUNTINGAN BERITA PADA PERUSAHAAN JAWATAN TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI) BENGKULU. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 1(1), 25.
- Sasmita, W. A. (2019). *STRATEGI REDAKSI TIRTO.ID DALAM PENYAJIAN BERITA DI MEDIA ONLINE*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi* (N. F. Atif, Ed.; 1st ed.). Refika Aditama.
- Sinabariba, S. C. (2023). Eksistensi Radio: Tantangan dan Peluang di Era Digital dan Post-Pandemic COVID-19 (Sebuah Pendekatan dengan Metode Tinjauan Literatur Sistematis). *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 7(2), 11–23. <https://doi.org/10.51544/jlkm.v7i2.4002>
- S.Putro, E. T. (2019). Linking Content Education sebagai Navigasi pada On Line Learning System. *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika Dan Manajemen*, 13(1), 1.
- Sucahya, M. (2013). RUANG PUBLIK DAN EKONOMI POLITIK MEDIA. *Jurnal Komunikasi*, 15(22).

- Sucahya, M., & Shohibah, D. A. (2020). Konvergensi Media Kabar Banten. *Jurnal Lontar*, 8(1).
- Sugiyono. (2014). *Meetode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sugiyono, Ed.). Alfabeta.
- Sulistiana, W. (2017a). Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal. *JIKE*, 1(1), 86. [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Sulistiana, W. (2017b). Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal. *JIKE*, 1(1), 86. [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Sumardiria, A. H. (2017). *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis* (R. Karyati S, Ed.; 7th ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Suminar, A. (2022a, February 13). *Pengamat: Tren Pendengar Radio Naik Perlahan, tapi Pasti*. Suara Surabaya.
- Suminar, A. (2022b, February 13). *Pengamat: Tren Pendengar Radio Naik Perlahan, tapi Pasti*. Suara Surabaya.
- Suroko, A. P. (2020). *TRANSFORMASI LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK (LPP) TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI) DI ERA KONVERGENSI MEDIA*. Universitas Sebelas Maret.
- Susilo, B. (2018). Pemasaran Digital: Segmentasi Demografi Pengguna Media Sosial di Kota Pontianak. *Eksplora Informatika*, 8(1), 69. <https://doi.org/10.30864/eksplora.v8i1.163>
- Susilo, D. R. (2019). *PENGARUH KONVERGENSI MEDIA MASSA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAMPUNGPOST.ID* [Skripsi]. Universitas Lampung.
- Swaradio. (2023a). *Daftar Stasiun dan Frekuensi Radio di Seluruh Indonesia*. <https://swaradio.com/stasiun-dan-frekuensi-radio-seluruh-indonesia>
- Swaradio. (2023b). *Daftar Stasiun dan Frekuensi Radio di Seluruh Indonesia*. <https://swaradio.com/stasiun-dan-frekuensi-radio-seluruh-indonesia>
- Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT PADA TESTOEFL.ID. *Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 7.
- Ummah, A. H. (2021). *Manajemen Industri Media Massa* (S. Kasimin, Ed.; 1st ed.). Syiah Kuala University Press.
- Ummah, A. hidayatul. (2021). *Manajemen Industri Media Massa* (S. Kasimin, Ed.; 1st ed.). Syiah Kuala University Press.



- Usmiati, E. (2023). *PRODUKSI KONTEN DAKWAH PADA AKUN TIKTOK @risyad\_bay*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Utama, R. A. (2019). *Peran Local Strongman Pada Kontestasi Politik*. Universitas Siliwangi.
- Virajati, C., & Setianto, W. A. (2019). Kebijakan Redaksi Media dalam Pemberitaan Kehumasan Analyzing Editorial Policy in Public Relations Release. *Jurnal Kominfo*, 21(1), 59–73. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.21.1.2019.hal>
- Viva Budy Kusnandar. (2019, October 9). *Hanya 13% Masyarakat yang Masih Mendengarkan Radio*. Katadata.
- Wati, L. (2017). *ANALISIS KOORDINASI PIMPINAN DALAM PELAKSANAAN TUGAS APARATUR SIPIL NEGARA (ASN) PADA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH (BAPPEDA) PROVINSI RIAU*. UIN Sultan Syarif Kasim.
- Wendratama, E. (2017). *Jurnalisme Online: Panduan Membuat Konten Online yang Berkualitas dan Menarik* (E. Saputra, Ed.; 1st ed.). Mizan Digital Publishing.
- Wheelen, T., Hunger, J., Hoffman, A., & Bamford, C. (2017). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability, 15th Edition*.
- Yolanda, M. (2019). *Analisis Berita Kriminal Berdasarkan Unsur 5W+1H Pada Surat Kabar Tribun Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Yuliani, N. made. (2018). Media Massa dalam Komunikasi Ekonomi Ni Made Yuliani. *Jurnal Widya Duta*, 13(1), 78–78.
- Zulfikar, M. A. (2018). *Perancangan dan Implementasi Aplikasi e-KPI (Electronic Key Performance Indicator) Berbasis Web di PT.Pura Barutama Kudus*. Universitas Kristen Satya Wacana.