

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *AT-TABSYIR STAIN Kudus*, 3(2).
<http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/1646/1482>.
- Ali, H. M. (2024). Strategi Radio Three Fm Dalam Beradaptasi Pada Era New Media. (*Doctoral dissertation, Uin Ar-Raniry Banda Aceh*).
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/37035>
- Amaliah, A. R. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fajar FM Makassar Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan. (*Doctoral dissertation*).
<https://core.ac.uk/download/pdf/25493797.pdf>
- Andika, R. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya Dalam Mempertahankan Eksistensi. (*Doctoral dissertation, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945*). <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/1118>
- Arif, M., & Riyanto. (2021). Analisis Kegiatan Off-Air Radio Hot 93,2 FM Dalam Meningkatkan Efektifitas Loyalitas Pendengar. *InterScript : Journal of Creative Communication*, 3(1).
<http://dx.doi.org/10.33376/is.v3i1.612>
- Butsi, F. i. (2019). Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis dan Kritis dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48-55. <https://doi.org/10.62144/jikq.v2i1.27>
- Canggara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dakhi, Y. (2016). Implementasi POAC terhadap kegiatan organisasi dalam mencapai tujuan tertentu. *Warta Dharmawangsa*, (50).
<https://journal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/204>
- Diva, & Schumi, S. (2023). Strategi Promosi Above The Line dan Below The Line PT.PUPUK INDONESIA (PERSERO). (*Doctoral dissertation, Universitas Pasundan*). <https://repository.unpas.ac.id/66675/>

- Fadli, & Rijal, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1). https://scholar.archive.org/work/a3mjph7zgrchfhdz5bah2o66de/access/wa yback/https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/download/38075/pdf_1
- Faridensyah, D. (2019). Strategi Promosi Media Massa Melalui Event (Studi Kasus Event Jazz Traffic Festival Suara Surabaya). *The Commmercium*, 2(2). <https://doi.org/10.26740/tc.v2i2.31241>
- Fatimah, S. K., & Yufash. (2020). Analisis Manajemen Event "Charismatic Night Carnival" Madiun Sebagai Upaya Promosi Kota Karismatik. (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo*). <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/5943>
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2020). Eksistensi Radio dalam Program Podcast di Era Digital Konten (Studi Deskriptif Program Podcast 101jakfm.com). *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(1). <https://core.ac.uk/download/pdf/327205612.pdf>
- Gumilang, G. (2021). Strategi Komunikasi Radio Hard Rock FM Surabaya dalam Mengelola Program Siaran Pada Masa Pandemi Covid-19. *The Commmercium*, 4(2), 83. <https://doi.org/10.26740/tc.v4i2.41744>
- Hamidi, H., & Putri, S. D. (2020). Event Management Pentas Seni Sebagai Media Komunikasi Identitas Sekolah (Studi Kasus Event Nesta Festival di SMK Negeri 1 Kota Tangerang). *ADVIS (Journal of Adevertising)*, 1(1). <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/ADVIS/article/view/3937>
- Hendricks, J. A., & Mims, B. (2014). *Keith's Radio StaOon*. Routledge. <http://www.shanemedia.com/Keith's%20Radio%20Station%20release.pdf>
- Indrawan, & Yuvelia Cahya. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mempertahankan Eksistensi Media Melalui Periklanan Di Radio Songgolangit FM Ponorogo. (*Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo*).
- Jannatin, N. M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Prima Radio Surabaya. <https://core.ac.uk/download/pdf/151617086.pdf>.

- Kamandoko. (2024, September 19). *RRI Jadi Radio Terpopuler di Indonesia Berdasarkan Survei Nielsen Tahun 2024*. Sorot Jogja. <https://jogja.sorot.co/berita-52481-rri-jadi-radio-terpopuler-di-indonesia-berdasarkan-survei-nielsen-tahun-2024.html>
- KBBI. (2024). *Strategi menurut KBBI*. Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id/strategi>
- Maslakhah, Uli, A., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). Pengaruh komponen brand image terhadap keputusan pembelian layanan telekomunikasi Indihome di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Akuntansi Indonesia*, 1(1), 171-195. <http://www.jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrima/article/view/666>
- Morissan, A. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Muhtadi. (2016). *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi : Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(1). <http://dx.doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Olla, Y. S., & Yasak, E. M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran RRI Malang Dalam Peningkatan Jumlah Pengiklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(1). <https://doi.org/10.33366/jisip.v7i1.1448>
- Pudjiastuti, W. (2013). *Special Event*. Elex Media Komputindo.
- Putra, K. D. A. (2022). Penggunaan Aplikasi Mamikos Sebagai Media Promosi Visual Untuk Pemasaran Bisnis Berbasis Teknologi. <https://osf.io/preprints/afsmpp/>
- Putri, A. (2020). Implementasi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya Dalam Mendapatkan Iklan Pada Masa Pandemi Covid-19. *The Commercium*, 3(2). <https://doi.org/10.26740/tc.v3i2.36316>

- Putu, I., Permana, H., Ayu, N. k., & Pratiwi, N. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. *JUSTBEST :Journal of Sustainable Bussiness and Management*, 1(1).
<https://www.globalresearcher.net/index.php/justbest/article/view/2>
- Rachmawati, M. A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Radio Swaragama Fm Dalam Menarik Minat Pendengar Yogyakarta. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30300>
- Rachmawati, R. (2024). Pengaruh Brand Activation Melalui Promo Off-Air Terhadap Peningkatan Brand Awareness tvOne Pada Program Damai Indonesiaku. (*Doctoral dissertation, Universitas Bakrie*).
<https://repository.bakrie.ac.id/9157/>
- Rahma, A. (2018). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Nyimak : Journal of Communication*, 1(2), 149-169.
<http://dx.doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.480>
- Saputra, Farhan, & Ali, H. (2022). Penerapan manajemen POAC: Pemulihan ekonomi serta ketahanan nasional pada masa pandemi Covid-19 (Literature review manajemen POAC). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3). <https://www.academia.edu/download/92642814/528.pdf>
- Septia, Pinki, A., Nesia, A., & Burhanudin. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Indihome Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Kota Serang. (*Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*).
<http://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/1102>
- Shavira, D. M. (2022). Strategi Konvergensi @GEN1031FMSBY Guna Menambah Peminat Pendengar Radio melalui Media Sosial Tiktok. *Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara Surabaya*.
<http://eprints.ubhara.ac.id/1587/>
- Slivers, J. R., & O'Toole, W. (2020). *Risk Management for Events*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429291296>

- Soemanagara. (2012). *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan* (Cet. 3 ed.). Bandung: Alfabeta.
<https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=8460>
- Sundari, S., Riadi, E., Alexandro, R., Hariatama, F., & Oktaria, M. (2022). Analisis Swot Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba:(Studi Kasus Pada Cokelat Klasik Palangka Raya). *Edunomics Journal*, 3(1), 1-10.
<https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/14748>
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
<https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=23485>
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (5th ed., Vol. 1). Salemba Medika.
- Wijaya, A. M. R. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event dalam Meningkatkan Brand Awareness Sentrum Space. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia*.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/50870>