

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Ardianto, E. 2018. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis.
- Baksin, A. 2019. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, H. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Djaslim, S. 2019. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Edisi Ketiga*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Effendy, O. U. 2018. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Hermawan, A. 2017. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kamal, Y. H. D. T. 2015. *Bahan Ajar Metode Penelitian*. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi.
- Kotler, & Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Latief, R., & Utud, Y. 2015. *Siaran Televisi Non Drama, Kreatif, Produktif, Public Relatins, dan Iklan*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Machfoedz, M. 2018. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Yogyakarta.
- Moerdijati, S. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: Revka Petra Media.
- Moleong, L. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2019. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mufid, M. 2018. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Kencana Prenada Media Grup: Jakarta.
- Nasution. 2012. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta:

Alfabeta.

Unde, A. A. 2019. *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenadamedia Grup.

Jurnal Artikel

Annisa, M., & Abdullah, R. 2015. *Strategi Bauran Pemasaran PT NET Mediatama dalam Mandapatkan Pengiklan*. *e-Proceeding of Management*, 3.

Astuti. 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran iNews TV Sumut dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa*. *Communication Journal*, 4.

Cahayadi, M. L., Fatimah, J. M., & Aziz, S. 2018. *Kebijakan Segmentasi Khalayak Program Siaran Talkshow Lembaga Penyiaran Swasta Televisi di Kota Makasar*. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7.

Cindy Dhea Carolla, & Sari, A. 2023. *Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi RCTI+ Untuk Meningkatkan Pengguna Dalam Program Acara The Voice Indonesia*. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5.

Fauzi, M. R., & Ratnasari, A. 2018. *Komunikasi Pemasaran iNews TV Bandung dalam Membantu Memasarkan Program Acara Televisi*. *Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi*, 4.

Ikadiyan, N., Suryatna, U., & Luthfie, M. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Mgstv Dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa*. *Jurnal Komunikatio*, 2.

Ikadiyan, Suryatna, & Luthfie. 2016. *Komunikasi Pemasaran MGSTV Dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa*. *Jurnal Komunikatio*, 2.

Imam, G. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.

Perdana, A. P. 2018. *Strategi Promo Off Air „Mahabharata Kembali” Dalam Meningkatkan Brand Image ANTV*. *Jurnal Visi Komunikasi*, 17.