

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Cangara, H. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi kedua. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip & A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kottler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Lamintang, F. 2013. *Pengantar Ilmu Broadcasting dan Cinematography*. Jakarta: In Media.
- Naratama. 2013. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi-Camera*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Nazar, Yoenarsih dkk. 2019. *Manajemen Penyiaran Televisi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equality dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Romli, K. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, Ahmad Sultra & Nurhakki Hakki. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Shoelhi, Mohammad. 2009. *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suranto Aw. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahyuni, I. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Yunus, S. 2012. *Jurnalistik Terapan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Jurnal & Skripsi:

Achmad, Faisal. 2015. “Strategi Public Relations PT Indonesia Media Televisi dalam Membentuk *Brand Image* Big TV”. SKRIPSI. Fakultas Ekonomi dan Komunikasi. Komunikasi Pemasaran, Universitas Bina Nusantara.

Afif, Fawzi. 2016. “Proses Produksi Program ‘Al-Kalam’ Di Televisi Republik Indonesia (TVRI) Jawa Tengah”. SKRIPSI. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Alami, AR. 2018. “Strategi Perubahan Stasiun TV PJTV Bandung Menjadi Sunda Kiwari TV dalam Upaya Membangun Bisnis Media”. SKRIPSI. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Cristanti, Prisca Ayu. 2018. “Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta”. SKRIPSI. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Indratama, Aditya Bagus & Yessy Artanti. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri*, Volume 2 Nomor 4.

Markalis, Ahmad. 2016. “Strategi Komunikasi Simpang5 TV Dalam Mengembangkan Program-Program Dakwah”. SKRIPSI. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Mas’udi. 2020. *Ruang Komunikasi Islam dalam Lingkup Kajian Dakwah*. At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam.

Nisa', Alfi Zahrotin. 2015. "Teknik Penyampaian Dakwah K.H Husein Rifa'I".
Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas
Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Razati, G dkk. 2017. *Co-Branding dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image*.
Strategic Volume 17 No.1 Page 13.

Triwardani, Reny. 2011. *Televisi dalam Ruang Keluarga: Menyoal Menonton
Televisi sebagai Praktik Konsumsi dalam Konfigurasi Ruang Domestik*.
Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 8, Nomor 2. Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Yogyakarta.

Sumber lain:

Takariani, C. 2013. *Penyiaran Digital: Tantangan Masa Depan Televisi Lokal*.

Retrieved from Artikel:

http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_554729465440.pdf