

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings*, 1(1), 173–186.
- Hapsari, D. P. (2020). Strategi Radio Yasmaga FM Ponorogo Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan. 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020>.
- Harahap, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan (Studi Kasus Radio Adi Utama FM Padangsidempuan) (p. 101).
- Hariyanto, D. (2023). komunikasi pemasaran.
- Hutomo, A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Program Interaktif Di RRI Pro 2 FM Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 2579–329. www.marketingpower.com
- Kue, L. N. (2024). Strategi media penyiaran radio dalam meningkatkan minat pemasang iklan.
- M, D. S., & Cut, M. (2021). Eksistensi Rri Lhokseumawe Dalam Mempertahankan Siaran Bernuansa Kearifan Lokal Melalui Program Berita “Haba Beungoeh Nyoe.” *Jurnal Jurnalisme*, 10(1), 104. <https://doi.org/10.29103/jj.v10i1.4885>
- Martha, L. P., & Adiyasa, I. S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Kartu Identitas Anak. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 6(1), 9–18. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v6i1.5315>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26407>
- Putri, W. A. (2024). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Mass FM Mandailing Natal Dalam Memberikan Promosi Layanan Iklan Kepada Masyarakat.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>
- Riski Yanti, Sabari, N. H. (2024). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Dalam Meningkatkan Partisipasi Pendengar Di Kabupaten Sambas. 7(1), 37–48. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/14687>
- Setyanugraha, S., Fitriana, A., & Hasibuan, R. R. (2021). Festival Wisata Online

Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dan Peningkatan Kinerja Keuangan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 54–62.

Simamora Anisa Widyastuti. (2020). Strategi Radio Republik Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Siaran Satu Hari Satu Ayat Di Pro 1 RRI Medan.

Yulius, & Prasetya Widodo, H. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran RRI Malang dalam Upaya Pencapaian PNBK dan Meningkatkan Jumlah Pengiklan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(2), 60–71. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i2.19>

Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, Volume 2 N, 25–37.