

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2005. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Baran, J. Stanley dan Davis, K. Dennis, 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika
- Chiaravalle, Vill., Schenck, Barbara Findlay. 2015. *Branding of Dummies, 2nd Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Fiddler, Roger. 2003. *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya
- Grant, A. E. & Wilkinson, J. S. 2009. *Understanding Media Convergence: The State of the Field*, New York: Oxford University Press
- Gordon, Rich. (2003). *Digital Journalism Emerging Media and The Changing Horizons of Journalism*. Diakses dari : https://www.academia.edu/948528/Convergence_defined_The_Meanings_and_Implications_of_Convergence (diakses pada tanggal 2 Maret 2020)
- Jenkins, Henry. 2013. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, edisi 3. Oxford University Press.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi McQuail*. Edisi 6 buku 1). Jakarta. Salemba Humanika
- Moleong, L.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Morissan. 2013. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Quinn, Stephen. 2004. *Convergence: The Journal Research Into New Media*

Technologies. London: Sage Publications Inc Vol. 10

Raco, J.E. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo

Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola. Media Online*. Bandung : Nuansa Cendekia

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian (Editor). 2011. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Flew, T. 2014. *Media An Introduction*, edisi 3. Oxford: Oxford University Press.

Jurnal:

Halim, Sahril, Anang Sujoko dan Antoni. 2018. Penerapan Konvergensi dan Divergensi TV9 Lombok di Era Disrupsi. *Dakwah dan Komunikasi*. 12(2), 275-289.

Handayani, Finna Prima dan Ika Merdekawati. 2019. Kebijakan Penggunaan Media Online Website Kompas TV dan Youtube untuk Menyalurkan Konten “*Eksklusif Digital*” Kompas TV. *Kajian Jurnalisme*. 2(2), 198-211.

Hartanti, Lisa Esti Puji. 2015. Kebijakan Media Televisi Di Era Media Baru. *Interact*. 4(1), 37-46.

Harigo Wibawa Satria, Luqman Hakim Arifin (ed). 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Cet 1. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.

Rachmat, Iqbal, Sumartono, dan Abdurrahman Jemat. 2017. Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Audio -Visual Record Document Management: Studi Eksplorasi Aplikasi Petunjuk Perilaku Broadcasting, Standar Program Broadcast (P3 dan SPS) ANTV di Program Televisi Pesbukers. *Record and Library*. 3(1),38-49.

Vebrynda, Rhafidilla, Ani Maryani dan Aceng Abdullah. 2017. Konvergensi dalam Program Net Citizen Journalism. *Kajian Komunikasi*. 5(1), 53-68.

Asy'ari, Nur Aini Shofiya. 2018. The Strategy of Radio Convergence For Facing New Media Era. *ICEMSS* 2018.

Derviana, Annissa, Rana akbari Fitriawan. 2019. Konvergensi Pada Media Massa

(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika).
COMNEWS 2019, 404-413

Skripsi:

Ravi, Muhammad Bayu, 2019. Konvergensi Media Radio Republik Indonesia Bandung (Studi Fenomenologi Konvergensi Media di Radio Republik Indonesia Pro 2 Bandung). Bandung.

Kolilurrohman, M. 2016. Efektivitas tagline aqua dan pengaruhnya pada brand awareness dan keputusan pembelian aqua di kota malang. Skripsi universitas islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, pp. 14.

Website:

apjii.or.id. "Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018", 18 Mei 2019, <<https://apjii.or.id/survei>> [diakses pada 22 Oktober 2019]

katadata.co.id. "Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia", Dari beragam jenis medsos, Youtube yang paling banyak dimainkan, terutama untuk memutar musik, 6 Maret 2019, <<https://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>> [diakses pada 22 Oktober 2019]

Panuju, R. 2017. *Sistem Penyiaran Indonesia* (Cetakan ke-2). Diperoleh dari: <https://books.google.co.id/books?id=pBBDwAAQBAJ&pg=PA32&dq=karakteristik+new+media&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwj9-KlyuPhAhVBjuYKHcRkBccQ6AEIPzAD#v=onepage&q=karakteristik%20new%20media&f=true>

Tjanatjantia, W. 2013. *Sejarah Berdirinya Youtube Sejarah Dunia*. Diperoleh dari: <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-youtube/>

Youtube. 2019. Diperoleh dari: <https://youtube.com/about/>

Asy'ari, Nur Aini Shofiya. 2018. The Strategy of Radio Convergence For Facing New Media Era. Diperoleh dari: <https://eudl.eu/pdf/10.4108/eai.7-12-2018.2281796> [diakses pada 21 Januari 2020]