

DAFTAR PUSTAKA

- Alder, P. A., & Peter, A. (2013). *Membership Roles in Field Research*. Newbury Park: Sage Publication.
- anchor.fm. (2021, November 11). <https://anchor.fm/>. Retrieved from google.com: <https://anchor.fm/>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asyir, K., & Nurbaya, S. (2019). Konvergensi Media dan Mediamorfosis : Strategi Digitalisasi Majalah. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 52-67.
- Bayu, D. J. (2021, Oktober 2). <https://databoks.katadata.co.id/>. Retrieved from google.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/10/anak-muda-dominasi-jumlah-pendengar-podcast-di-indonesiapendengar-podcast-di-indonesia-didominasi-anak-muda>
- Bening, B. (2019). *Pengaruh Content Marketing dan Customer Engagement Pengguna Tokopedia di Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Bruns, A. (2016). *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. USA: Wiley and Sons Inc.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Creswell, J. C. (2014). *Research Design*.
- Dameis Surya Anggara, S. M., & Candra Abdillah, S.Pd., M.Pd. (2019). *MODUL METODE PENELITIAN*. Tangerang: UNPAM PRESS.
- Danuri, M. (2019). *PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL*. Semarang: AMIK Jakarta Teknologi Cipta Semarang.
- Desideria, B. (2015, September 14). <https://www.liputan6.com/>. Retrieved from google.com: <https://www.liputan6.com/health/read/2317373/lebih-intim-dengan-zoya-amirin>
- detikNews. (2013, Maret 13). *google.com*. Retrieved from <https://www.detik.com/>: <https://news.detik.com/internasional/d-2193062/hari-kedua-pemilihan-paus-semua-mata-tertuju-ke-cerobong-asap-vatikan>
- Diah Dharmayanti, S., & Limandono, J. A. (2017). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN EVENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DENGAN SOSIAL MEDIA MARKETING SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI PAKUWON CITY. *Jurnal Strategi Pemasaran*.

- Diah Dharmayanti, S., & Limandono, J. A. (2017). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN EVENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DENGAN SOSIAL MEDIA MARKETING SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI PAKUWON CITY. *Manajemen Pemasaran*.
- Dr. Lucky Herawa, S. M. (2016). UJI NORMALITAS DATA KESEHATAN MENGGUNAKAN SPSS. *Jurusan Kesehatan Lingkungan*, 3.
- E.W.Winarni. (2011). *Penelitian Pendidikan*. Bengkulu: Putri Media.
- Elizabeth Meilyana, S. (2018). *Content Marketing*. Jakarta: Binus University.
- Erdal. (2011). Coming to terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept. *The International Journal of Research Into New Media Technologies*.
- Evandio, A. (2021, Januari 1). <https://www.bisnis.com/>. Retrieved from google.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210101/12/1337659/wah-pendengar-podcast-meningkat-3-kali-lipat>
- Evandio, A. (2021, Januari 1). <https://www.bisnis.com/>. Retrieved from google.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210101/12/1337658/industri-podcast-2021-kian-berkembang-pemain-perlu-lakukan-ini>
- Farid Rusdi, S. M. (2012). *PODCAST SEBAGAI INDUSTRI KREATIF*. DKI Jakarta: Universitas Tarumanagara.
- Gaffar, E. (2021, Oktober 26). Partnership And Growth Consultant Spotify Indonesia. (A. Melurita, Interviewer)
- Garaika, D., & Darmanah, S.E., MM. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. Lampung: CV. HIRA TECH.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanna, Y. (2018, Juli 16). *google.com*. Retrieved from <https://bobo.grid.id/>: <https://bobo.grid.id/read/08897699/zaman-dulu-orang-orang-menggunakan-5-media-ini-untuk-berkomunikasi?page=all>
- Ibrahim, R., & S, N. S. (2010). *PERENCANAAN PENGAJARAN*. Jakarta: Rineka Cipta.
- IMRAN, M. I. (2018). PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MAKANAN DI RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO ALAUDDIN KOTA MAKASSAR. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Indrajit, P. R. (2019). *TRANSFORMASI DIGITAL : DALAM DUNIA KEUANGAN DAN PERBANKAN*. MOOC Aptikom. Retrieved from

https://mooc.aptikom.or.id/pluginfile.php/812/mod_resource/content/2/Ek-ojiChannel-Presentasi-TransformasiDigital.pdf

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture : Where Old And New Media Collide*. New York: New York University Press.

Karunianingsih, D. A. (2021). KONVERGENSI MEDIA PADA PODCAST RADAR JOGJA DIGITAL DALAM PUBLIKASI BERITA DAN PERLUASAN SEGMENTASI AUDIENS. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 66.

KBBI. (2021, November 13). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/Beranda>. Retrieved from <https://www.google.com/>: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/medium>

Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy*. London: Kogan Page.

Kompas.com. (2020, Oktober 27). <https://www.kompas.com/hype/read/2020/10/27/155329166/asal-usul-nama-podkesmas-dan-awal-mula-terbentuk-untuk-gibah>. Retrieved from <https://www.kompas.com/hype/read/2020/10/27/155329166/asal-usul-nama-podkesmas-dan-awal-mula-terbentuk-untuk-gibah>: <https://www.kompas.com/hype/read/2020/10/27/155329166/asal-usul-nama-podkesmas-dan-awal-mula-terbentuk-untuk-gibah>

Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. PEARSON.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Manajemen Pemasaran 16th edition*. Edinburgh Gate Harlow : Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson .

Lubabah, R. G. (2021, Juni 4). [google.com](https://www.merdeka.com/peristiwa/kemenpppa-catat-kekerasan-seksual-tertinggi-sebanyak-7191-kasus.html). Retrieved from merdeka.com: <https://www.merdeka.com/peristiwa/kemenpppa-catat-kekerasan-seksual-tertinggi-sebanyak-7191-kasus.html>

M.Yanis, N. S., R. H., & H. L. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pada Elzatta Bandung). *e-Proceeding of Applied Science*, 1-2.

Moloeong. (2011).

Muhson, A. (2013). *TEKNIK ANALISIS KUANTITATIF*. Yogyakarta: State University of Yogyakarta.

Mulyadi, M. (2011). PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA . *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 132.

Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* . Kencana.

Negeri, K. D. (2021, September 07). [google.com](https://databoks.katadata.co.id/). Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/>:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/07/inilah-10-provinsi-dengan-penduduk-berstatus-cerai-hidup-terbanyak#:~:text=Berdasarkan%20data%20Direktorat%20Jenderal%20Kependudukan,mencapai%20272%2C29%20juta%20jiwa.>

- Netti, S. Y., & Irwansyah. (2018). Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 2.
- Netti, S. Y., & Irwansyah. (2018). Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 1.
- Novianto, K. A. (2020). *PENGARUH REBRANDING TERHADAP BRAND IMAGE PENGARUH REBRANDING TERHADAP BRAND IMAGE*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk. *Jurnal Komunikasi*, 168-169.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 167.
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Komunikasi*, 1.
- Prambors. (2021, July 22). <https://www.pramborsfm.com/>. Retrieved from google.com: <https://www.pramborsfm.com/listen/entertainment/dgitm-x-podkesmas-konten-apa-sih-ini>
- Prihartono, A. (2016). Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *Jurnal Komunikasi*, 105-166.
- Putri, V. J. (2020). PENGARUH USER-GENERATED CONTENT (UGC) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DAPUR MBOK SARMINAH. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 96.
- Rachmaria, L., & Dewi, Y. R. (2018). STRATEGI DAN PRAKTIK KONVERGENSI MEDIA PADA SEGMENT MAKARENA DALAM PROGRAM SORE BARA HARYSA SEBAGAI UPAYA SURVIVAL RADIO DELTA FM DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 239.
- Rahmawati, E., & Sanaji. (2015). PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK. *JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT*, 246.

- Rayinda, M. A., & Irwansyah. (2019). PENGARUH USER GENERATED CONTENT TERHADAP PERILAKU PARA FOODIE PENGGUNA MEDIA SOSIAL. *JURNAL KOMUNIKASI DAN KAJIAN MEDIA* , 116.
- Razukas, C. (2018, Februari 26). <https://www.thejakartapost.com/>. Retrieved from google.com: <https://www.thejakartapost.com/life/2018/02/26/romance-rules-from-jakartas-top-matchmaker.html>
- republika.co.id. (2021, Maret 17). *google.com*. Retrieved from <https://republika.co.id/>: <https://www.republika.co.id/berita/qq28tn3717000/apa-itu-transformasi-digital>
- Reza, A. (2021, November 16). Head of Creative Podkesmas Asia Network. (A. Melurita, Interviewer)
- Rosaliza, M. (2015). Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, 11.
- Santi, R. C., & Hadiono, K. (2020). MENYONGSONG TRANSFORMASI DIGITAL. *Proceeding SENDIU 2020*, 1.
- Sari, D. E., Surachman, & Ratnawati, K. (2018). PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN MEDIASI KEPUASAN KERJA. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12.
- Satriawan, B. H. (2018). *TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) (Case Study: Analisis Akar Masalah Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Kabupaten Purbalingga)*. Yogyakarta: UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA.
- Seleb, T. (2020, Oktober 25). <https://www.tribunnews.com/seleb/2020/10/25/podkesmas-rayakan-ultah-pertama-bersama-1000-podcaster-indonesia>. Retrieved from <https://www.tribunnews.com/seleb/2020/10/25/podkesmas-rayakan-ultah-pertama-bersama-1000-podcaster-indonesia>: <https://www.tribunnews.com/seleb/2020/10/25/podkesmas-rayakan-ultah-pertama-bersama-1000-podcaster-indonesia>
- Setiawan, H. d. (2017). PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *AGORA*.
- Siagian, K. (2021, June 12). <https://dailysocial.id/>. Retrieved from google.com: <https://dailysocial.id/post/ambisi-startup-konten-podkesmas-kuasai-pasar-indonesia-dan-asia-tenggara>
- Sigalingging, E. D. (2020). PENGARUH CUSTOMER BEHAVIOR TERHADAP ECOMMERCE DAN PASAR MODERN DI MEDAN TUNTUNG. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 56.

- Sigalingging, E. D. (2020). Pengaruh Customer Behavior Terhadap E-commerce dan Pasar Modern Di Medan Tuntungan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 56.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Solihin. (2019). SHARIA CUSTOMER BEHAVIOR: PERILAKU KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 104.
- Spotify. (2021, November 11). <https://open.spotify.com/>. Retrieved from <https://www.google.com/>: <https://open.spotify.com/>
- Spotify. (2021, November 11). <https://podcasters.spotify.com/>. Retrieved from [google.com](https://www.google.com/) : <https://podcasters.spotify.com/podcast/0YubmXeXYi5luISCETW2kY/overview>
- Stamp, J. (2013, October 11). <https://www.smithsonianmag.com/>. Retrieved from [google.com](https://www.google.com/): <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/how-the-telegraph-went-from-semaphore-to-communication-game-changer-1403433/>
- Steimle, J. (2014, September 19). <https://www.forbes.com/?sh=7de7b0002254>. Retrieved from [google.com](https://www.google.com/): <https://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2014/09/19/what-is-content-marketing/?sh=1754875610b9>
- Sugiyono. (2011). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syana.S., A. B. (2019, September 2019). <https://marketeers.com/>. Retrieved from [google.com](https://www.google.com/): <https://marketeers.com/the-rise-of-podcast-industry/>
- Times, I. (2019, June 12). <https://www.idntimes.com/>. Retrieved from [google.com](https://www.google.com/): <https://www.idntimes.com/hype/throwback/manarul/5-barang-jadul-ini-kini-jadi-buruan-kolektor-antik-banget-c1c2/1>
- Vivek , S., Beatty , S., & Morgan, R. (2012). Customer Engagement Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 127-145.

- Voi.id. (2021, March 1). *https://voi.id/en*. Retrieved from google.com: <https://voi.id/en/lifestyle/36135/spotify-on-missing-k-pop-songs-license-agreement-with-kakao-m-expires>
- Wahyuningsih, T., & Zulhazmi, A. Z. (2020). Jurnalisme Era Baru (Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media). *Academic Journal of Da"wa and Communication*. doi:10.22515/ajdc.v1i1.2412
- WhatHiFi. (2021, April 4). *google.com*. Retrieved from <https://www.whathifi.id/>: <https://www.whathifi.id/read/2021/04/04/3696/mengerti-immersive-audio.php>
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (n.d.). *Ekonomi Mikro*.
- Widiasari, N. (2017). *Faktor -Faktor Penentu Konsumsi Media dan Hubungannya dengan Media Literasi*. DKI Jakarta: Universitas Atmajaya.
- Yaniawati, R. P. (2020). *Penelitian Studi Kepustakaan*. Bandung: FKIP UNPAS .
- Yazdanfirad, & Kee. (2015). The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices. *International Journal of Management, Accounting, and Economics*.
- Yudhapramesti, P., Fadilah, E., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Kajian Jurnalisme*, 90.
- Yusuf, A., Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., & Nur Macdhy, R. D. (2021). PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 116.
- Zaenudin, A. (2017). *Hikayat Podcast*. Tirto.Id. doi:<https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm>