

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media televisi di era internet. *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 2(1), 101-110.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Syakir Media Press.
- Aisyah, S., Sovianti, R., Bhayangkara, U., Raya, J., Sitanggang, A., Hendra, H., Wilmar, P., Indonesia, B., Image, B., & Quality, P. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan* (Issue April). Yayasan Kita Menulis.
- Aransyah, M. F. (2020). *Buku Pengantar Periklanan*. Lakeisha.
- Azuri, A. M. (2015). *Peran Strategic Planner Dalam Produksi Iklan Berbasis Competitor Review*. Universitas Brawijaya.
- Bastian, Y. (2019). MANAJEMEN KOMUNIKASI KREATIF TIM PROGRAM “EPL” DI MNCTV. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 9(2).
- Firmansyah, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Issue July). CV. PENERBITQIARA MEDIA. <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August). CV.PENERBIT QIARA MEDIA.
- Hadi, I. P. (2020). *Komunikasi Massa*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Strategi Pemasaran :Konsep , Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu,
- Kuswita, H. (2014). Perencanaan Dan Produksi Program Televisi Pendidikan DiTelevisi Edukasi. *Jurnal Komunikolog*, 11(2).
- Langit, G. (2019). Peran Produser pada Produksi Program Religi Televisi. *Prosiding Jurnalistik*, 1(1).
- Lukitaningsih, A. (2019). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2).

- Mabruri, K. . (2010). *Panduan penulisan naskah tv format acara non drama, news dan sport*. Raja Grafindo Persada.
- Malik, A. (2013). *Komunikasi Masa*. Alauddin University Press.
- Mubariza, R. N. (2022). *Teknik Sinematografi Dalam Produksi Iklan*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Munanjar, A., Haikal, A., & Kusnadi, E. (2022). Peran Penulis Naskah Dalam Produksi Program News Magazine Tiktok Wow Di Net Tv. *Jurnal Media Penyiaran*, 2(2), 121-125.
- Newby. (1997). *Inside Broadcasting*. London: Routledge.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Permana, R. *Sinetron Dan Panggung Sandiwara (Komodifikasi Nilai-Nilai Kehidupan dalam Televisi)*.
- Redi, P. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. In *Prenada Media Group*. PRENADAMEDIA GROUP. [www.prenadamedia.com](http://www.prenadamedia.com)
- Rianto, P. (2012). *Digitalisasi Televisi Di Indonesia : Ekonomi Politik, Peta Persoalan, Dan Rekomendasi Kebijakan*. Pemantau Regulasi dan Regulator Media.
- Riyanto, E., & Triyono, A. (2017). *OMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (IMC) SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU DI KARANGANYAR*. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 9(1), 63-77.
- Sandika. (2020). Peran *Production Assistant* Di Cahaya Hati Indonesia Inews. *InterScript: Journal of Creative Communication*, 2(2).
- Suciati. (2022). *Oase Broadcasting*. Penerbit Litera.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suparno, B. A. (2016). *Media Komunikasi*. UNS PRESS Surakarta.
- Wirawan, I. K. (2020). *Produksi Video dan Televisi*. Cakra Press.
- Zettl, H. (2014). *Television Production Handbook, 12th*. Cengage Learning.