

DAFTAR PUSTAKA

Asep Syamsul. (2018). *Jurnalisme Kontemporer: Prinsip dan Praktik di Era Digital*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Barus, S. (2010). *Dasar-Dasar Jurnalistik*. Jakarta: Kencana.

Budiyanto, A. (2022). *Manajemen Pemasaran Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers.

Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.

García-Murillo, M., & MacInnes, I. (2021). Audience segmentation in digital journalism: A case study from Spain. *Digital Journalism*, 9(5), 689–707. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1881917>

Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: BPFE.

Hadiwibowo, A. W. T. (2023). Analisis Segmentasi Pengunjung Mall Menggunakan Algoritma K-Means Clustering. *Jurnal Informatika dan Sains Data*, 4(1), 55–65.

Khoirul Muslimin. (2019). *Teknik Menulis Berita dan Artikel Ilmiah Populer*. Yogyakarta: Deepublish.

Kodinariya, T. M., & Makwana, P. R. (2013). *Review on determining number of Cluster in K-Means Clustering*. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 1(6), 90–95.

- Komalasari, R. (2011). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Bandung: Refika Aditama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Manajemen Pemasaran (Edisi 14). Jakarta: Erlangga.
- Lestari, R., & Nugroho, A. (2021). Segmentasi Mahasiswa Berdasarkan Perilaku Akademik Menggunakan Algoritma K-Means. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(3), 225–230.
- Nuraeni, R., & Fitriawan, R. A. (2017). Pengantar Ilmu Komunikasi dan Media Massa. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Putra, D. A., Prasetyo, H., & Rahman, F. (2022). Clustering Artikel pada Portal Berita Online Menggunakan Metode K-Means. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 5(2), 101–110.
- Romli, S. M. (2016). *Jurnalistik Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto, R. W., & Rosad, R. (2015). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Mitra Cendekia.

- Syarifudin Yunus. (2012). *Media Online dan Komunikasi Digital*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Teguh Trianto. (2016). *Pengantar Media Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjahjono Widarmanto. (2017). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Malang: Literasi Nusantara.
- Tjiptono, F. (2020). *Manajemen Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Widarmanto, T. (2017). *Dasar-dasar Komunikasi Massa*. Surakarta: Pustaka Ilmu.
- Zhao, Y., Zhang, X., & Wang, H. (2022). Data-Driven News Personalization Based on Reader Behavior: A K-Means Clustering Approach. *Journal of Media Analytics*, 4(2), 112–129.
- Zhou, L., Fan, M., & Wang, R. (2020). Clustering Online Readers Based on Content Preference and Engagement Behavior. *Journal of Data Science*, 18(3), 443–458.