

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, S. (2024). *Strategi konten dalam komunikasi pemasaran digital startup melalui media sosial (Studi kasus: Instagram Reel Edu Park)* (Skripsi Sarjana, Universitas Bakrie). Universitas Bakrie Repository.
- Andrijanto, D., Wismanadi, H., & Kumaat, N. A. (2024). Peran media digital dalam olahraga: Pengaruh terhadap hubungan, persepsi publik, dan dampaknya pada perkembangan olahraga. *Jurnal Ilmu Pendidikan Sekolah Dasar*, 11(3). <https://jipsd.jurnal.unej.ac.id/index.php/JIPSD/article/view/53453>
- Anggreni, A. F. (2025). *Strategi komunikasi pemasaran digital melalui key opinion leader untuk meningkatkan penjualan produk baru (Studi kasus akun TikTok @BagasBucinn PT. Kuka Furniture Home Indonesia)* (Skripsi Sarjana, Universitas Bakrie). Universitas Bakrie Repository.
- Audinovic, V. (2020). Eksistensi televisi swasta di era konvergensi media. *Spektrum*, 9(2), 113–126. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=s5GrzxQAAAJ&citation\\_for\\_view=s5GrzxQAAAAJ:Se3iqnhoufwC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=s5GrzxQAAAJ&citation_for_view=s5GrzxQAAAAJ:Se3iqnhoufwC)
- Bawahab, S. G. A. K. A. (2021). *Strategi kreatif tim produksi program religi Inside di Jak TV* (Skripsi Sarjana, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58025>
- Castity, N. A. (2024). Tinjauan literatur sistematis transisi industri televisi analog ke digital di Indonesia. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 6(3). <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v6i3.32897>
- Dewan Pers. (2023). *Membangun ekosistem media di era digital: Pers sehat, pers berkualitas*. Jurnal Pers, 26(2). [https://www.dewanpers.or.id/assets/ebook/jurnal/2312291456\\_5\\_Jurnal\\_Pers\\_vol\\_26\\_torbit\\_Desember\\_2023.pdf](https://www.dewanpers.or.id/assets/ebook/jurnal/2312291456_5_Jurnal_Pers_vol_26_torbit_Desember_2023.pdf)
- Fatnurrahman, M. A., Hariyati, F., Yuliani, M., & Solihin, O. (2024). Strategi Komunikasi Kreatif Produksi Take Me Out Indonesia dalam Mempertahankan Rating. *Majalah Ilmiah UNIKOM Bidang Sosial*, 22(1), 47–53. <https://repository.unikom.ac.id/70830/>
- Hilanudin, Y. N., & Vera, N. (2022). Strategi produser dalam meningkatkan rating dan share program Redaksi CNN Indonesia Siang. *JOS Broadcasting*, 9(1), 22–33.
- Kaila, P. N., & Supama, W. A. (2023). Strategi kreatif tim produksi pada program talkshow Dua Sisi di TvOne. *Journal of Education and Culture*, 4(2), 55–68. <https://joecy.org/index.php/joecy/article/view/600>
- Ma'mur, A. M., Mutiah, T., & Kurniawan, F. (2023). Analisis pelaksanaan konvergensi media di era TV digital: Studi kasus stasiun televisi swasta ANTV. *Sintesa*, 2(01), 25–35. <https://doi.org/10.30996/sintesa.v2i01.8471>
- Nurhayati, D. (2021). *Strategi kreatif dalam produksi konten televisi*. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 21–34.

- Nurmiarani, M., Firmansyah, D. R., & Hariyati, F. (2024). Masa depan media massa di era digital: Peluang, risiko, dan strategi. *Wahana: Media Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 30(2). <https://doi.org/10.33751/wahana.v30i2.11858>
- Nurdyas, A., & Ramli, M. R. (2024). Strategi kreatif produser sport TV One dalam meningkatkan rating penonton. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(3). <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i3.563>
- Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Negara, E. S. K. G., Situmorang, R. F. R., Sipayung, T. P. D., ... Purba, B. P. R. (2021). *Metodologi penelitian ilmiah*. Yayasan Kita Menulis. <https://repository.unai.edu/id/eprint/656/1/%5BIII.A.1.a.2.10%5D%20FullBook%20Metodologi%20Penelitian%20Ilmiah.pdf>
- Pembayun, E. C. (2022). YouTube vs television in media convergence era: Case study on Tonight Show program presented by NET Mediatama. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 15(2), 105–121. <https://doi.org/10.31315/ijcs.v15i2.8000>
- Permata, M. H. F. (2025). *Makna sportainment bagi individu terhadap peningkatan popularitas tenis di Indonesia* (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Malang). UMM Repository.
- Prihatmadi, S. (2024). Digital convergence and value creation: tvOne's strategic adaptation to the digital landscape. *International Journal on Advanced Technology Engineering and Information System*, 3(4). <https://doi.org/10.55047/ijateis.v3i4.1080>
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 67–75. <https://doi.org/10.56873/jimik.v5i2.145>
- Richelieu, A. (2020). From sport to 'sportainment': The art of creating an added-value brand experience for fans. *Journal of Brand Strategy*, 9(4), 409–420.
- Widyatama, R., & Zsolt, H. P. (2023). Determinant factors on audience to watch TV station in Indonesia. *Nyimak: Journal of Communication*, 7(2). <https://doi.org/10.31000/nyimak.v7i2.8584>
- We Are Social. (2025). *Digital 2025: Indonesia internet & social media landscape*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- tvOne. (2025). *Data rating & share One Pride MMA* [Data internal perusahaan].
- PT One Pride Untuk Indonesia. (2016–2023). *Data perkembangan petarung One Pride MMA* [Internal company report].
- Ardhini, N. A., & Ramdani, G. (2025). Peran Editor Video dalam Produksi Konten Audiovisual di Instagram TVRI Nasional. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 9(5), 338–351.
- Azzahra, R. T., Saleh, A., & Hamzah. (2025). Strategi Perencanaan Kreatif dan Pengembangan Pesan Komunikasi Pemasaran pada Program "Family 100" MNCTV Creative. *All Fields of Science J-LAS*, 5(2), 189–201.
- Belida, O. O., & Akib, S. (2023). Gatekeeping Kebijakan Redaksi Pemberitaan "Tragedi Kenjuruhan" Program Sea Morninh Show. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 44–55.

- Damawansah, S. E. (2025). Strategi Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.
- Dewantari, N. S. (2024). From Bar to Sportainment: The Role of Strategic Communication in Holywings '. *Enigma in Economics*, 2(8), 86–92.
- Fadlun. (2025). *Strategi Media Televisi dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital (Studi Kasus TVRI Sulawesi Tengah)*. UIN Datok Arama Palu.
- Fikriyah, S. H., Sulisty, P. B., & Tomohardjo, I. (2025). Strategi Peningkatan Engagement Melalui Produksi Konten dan Preferensi Audiens. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(02), 215–229.
- Huang, X., Li, X., & Yao, J. (2023). Investigating the Role of Visual Storytelling in Enhancing Audience Engagement in Digital Journalism. *Medaad*, 2023, 10–16.
- Maturity, S., & Ramdani, G. (2025). Penerapan Teknik Human Interest dalam Penulisan Berita Soft News E-Magazine Radio PRFM News Channel. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(3), 563–572.
- Mulya, A., Muttaqin, N., Baskara, D. S., & Purwodani, D. L. (2025). Comparative Effectiveness of Narrative and Informational Content for Audience Engagement in Educational Social Media : A Systematic Literature Review. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 823–838. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4862>
- Nafi'ah, M. Z., & Pranata, R. T. H. (2026). Strategi Kreatif dalam Proses Produksi Program Check-In di Rajawali Televisi. *Jurnal Network Media*, 9(1), 194–200.
- Nasrullah, R. (2019). Teori dan Riset Khalayak Media. In *Prenada Media*. Prenada Media.
- Nuzuli, A. K., Roviana, L., Maharani, T., Lovita, G. P., & Iswadni, S. W. (2023). Analisis Perilaku Konsumsi Siaran TV Digital di Kecamatan Pondok Tinggi Kota Sungai Penuh. *Jurnal Representamen*, 9(02), 42–56.
- Permana, R. S. M., & Sujudi, S. B. (2025). Dari Ide ke Agenda Publik: Analisis Produksi Kreatif Program News Magazine Satu Indonesia Net. *Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora*, 7(3), 176–191.
- Puspitasari, M., & Eddyono, A. S. (2025). Penerapan Jurnalisme Positif di Televisi (Studi Kasus Kebijakan Redaksional TVOne dalam Program Kabar Merah Putih). *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(11), 12936–12947.
- Ramadhani, B., Belgia, R. J., Harisnanda, R., & Rizki, S. Y. (2024). Peran Produser Televisi dalam Menghadapi Krisis Produksi Berita pada Program Election di Nusantara TV. *Jurnal Media Penyiaran*, 04(01), 1–7.
- Richelieu, A. (2021). From Sport to 'Sportainment': The Art of Creating an Added-Value Brand Experience for Fans. *Journal of Brand Strategy*, 9(4), 408–422.
- Richelieu, A., & Dixon, J. C. (2026). Leveraging Sportainment for Sports Long-term Viability: A Multidimensional Inquiry Through Three Conceptual Frameworks. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 16(1), 104–121.
- Shirahmad, M. (2023). Engagement in Sport Consumption: A Literature Review. *IOSR-JSPE: Journal of Sport and Physical Education*, 10(3), 18–28. <https://doi.org/10.9790/6737-10031828>
- Waliulu, Y. S., Arianto, T., Septriani, Alfathoni, M. A. M., Dewi, N. P. S., Hamzaini, & Oktaviani, D. D. (2024). *TV dan Film*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Yuwono, A. P., Zebua, D., & Hida, R. El. (2025). Proses Produksi Program Kontroversi di Metro TV. *Dohara Publisher Open Access Journal*, 03(02), 54–62.