

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, C. V., & Suhartono, A. W. (2022). ANALISA TERHADAP FEEDS INSTAGRAM DYANDRA ACADEMY SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN TEORI LAYOUT. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1. <https://datareportal.com/reports/digital-2022->
- Azeharie, S., & Kusuma, O. (2014). Analisis Penggunaan Twitter sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, V!(02).
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2022). *Digital Marketing* (8th edition). Pearson International Content. <https://umnlibrary.vitalsource.com/reader/books/9781292401003>
- Dinda Nur Ardilla, Andre Noevi Rahmanto, & Sudarmo. (2023). Multiplatform Radio: Maintaining Existence and Performing Media Functions in the Digital Age. *Formosa Journal of Social Sciences (FJSS)*, 2(1), 143–158. <https://doi.org/10.55927/fjss.v2i1.3577>
- Ibrahim, B. (2022). Social Media Marketing Activities and Brand Loyalty: A Meta-Analysis Examination. *Journal of Promotion Management*, 28(1), 60–90. <https://doi.org/10.1080/10496491.2021.1955080>
- KBR. (2024a). *Daftar Penghargaan*. https://kbr.id/daftar_penghargaan
- KBR. (2024b). *Peta Jaringan*. <https://kbr.id/peta-jaringan>
- KBR. (2024c). *Tentang Kami*. <https://kbr.id/tentang-kami>
- Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(2).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing, 17th Edition*.
- Lutfiana, A. F., & Hidayah, L. (2022). PROSES PRODUKSI DALAM PEMBUATAN KONTEN TUTORIAL MAKE UP DI TV9 NUSANTARA SURABAYA. *AN-NASHIHA : Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 2(2), 64–70. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha>
- Moriarty, S., Mitchell, N., Wood, C., & Wells, W. (2019). *Advertising & IMC: Principles & Practice* (11th edition). Pearson Education.
- Muntadliroh, M. (2019). Analisis Implementasi Kebijakan Industri Radio Siaran dan Musik Rekaman di Indonesia Berdasar Aspek Ekonomi Politik Komunikasi. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 8(1). <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i1.1688>

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). Dalam *Jurnal Common* / (Vol. 3).
- Ratnadi, I. G. N., Yasa, I. G. S., & Hardiyanti, A. F. (2021). KARAKTERISTIK KONTEN DAN PENGGUNAAN BAHASA PADA KONTEN INSTAGRAM DAN YOUTUBE. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL LINGUISTIK DAN SASTRA (SEMNALISA) 2021*.
- Rihartono, S. (2015). Strategi Pengelolaan Radio Siaran di Tengah-Tengah Perkembangan Teknologi Internet. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 08(02).
- Suryani, I., Liliyana, Handar, M., & Ekasuci, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi bagi Radio Mersi 93.9 FM. *Journal Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Sutama, I. M., Astika, I. M., & Widyatnyana, K. N. (2021). STRUKTUR DAN KEBAHASAAN BERITA FEATURE KOMPAS. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPBS>
- Talalu, T. R., & Valentine, F. (2021). Interaksi Pendengar dan Promosi Program Siaran Radio “Polemik Trijaya” di Twitter. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(2). <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/155>.
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). PRODUKSI KONTEN VISUAL DAN AUDIOVISUAL MEDIA SOSIAL LEMBAGA SENSOR FILM. *Jurnal Common*, 5(1). <https://doi.org/10.34010/common>
- Zabkie, V. S. (2017, April 13). *Sembilan Fakta Soal KBR*.
https://kbr.id/kabar_bisnis/04-2017/sembilan_fakta_soal_kbr/89734.html

