

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. (2023). *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Antoni. (2024). *Transformasi RRI*. PPID RRI. <https://www.rri.co.id/ipitek/731505/transformasi-rri>
- Boestam, A. B., & Derivanti, A. Des. (2022). Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2829–2834. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.4032/http>
- Citra, R. A. (2021). Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi). In *UIN Sunan Gunung Djati* (Vol. 1).
- Creswell, J. (2017). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Cutlip, C. & B. (2006). *Effective Public Relations* (Kesembilan). Kencana.
- Dahlia, S. (2021). Komunikasi Virtual Melalui Media Instagram Pada Remaja Di Desa Perawang Kecamatan Tualang. *Skripsi Universitas Islam Riau*, 91.
- Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M. . (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Fadli, R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Medan, Restu Printing Indonesia*, Hal.57, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fatat, M. (2022). *STRATEGI BRANDING BERBASIS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI UIN WALISONGO SEMARANG*.
- Fathuniyah, A., & Sopian, S. (2023). Manajemen Program Dan Digitalisasi Rri Pro 3 Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Pembangunan. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(2), 31. <https://doi.org/10.24853/jbk.1.2.2023.31-41>
- Fellanny, P., & Paramita, S. (2023). Analisis Digital Branding pada Media Sosial Akun Instagram. *Prologia*, 7(1), 189–197.

<https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.21303>

Hasan, R. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT HAJAR ASWAD MUBAROQ KABUPATEN SIAK*.

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Instagram Social Media As a Means of Promotion To Increase Consumer Buying Interest. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 25–32.

Ipaenin, Y. A. (2023). Analisis Fungsi Manajemen Pemberitaan di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Ambon. *Jkm.My.Id*, 1(1), 11–25. <http://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/2>

Ismed, M. (2020). Perubahan Dan Inovasi Media Radio Di Era Digital. *Mediasi*, 1(2), 92–102. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v1i2.37>

Jawiyah, I. N., & Fahmi, M. H. (2017). Manajemen Public Relations PT. Lativi Media Karya (tvOne) Melalui Program Acara One Pride MMA Public Relations Management PT. Lativi Media Karya (tvOne) Through One Pride MMA Event Program. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 602–608. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/7785>

Kustiawan, W., Marpaung, M. D., Syahputra, M. A., Ulya, A. F., Fauzi, A., & Nadzim, M. (2022). Sejarah Perkembangan Radio. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 1–19.

Lexy J Moleong. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

Lexy J Moleong. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Mamun, M. A. A., & Hasanuzzaman, M. (2020). PERAN RADIO SONORA LAMPUNG DALAM DAKWAH DI MASYARAKAT. *Energy for Sustainable Development: Demand, Supply, Conversion and Management*, 1–14.

Manullang, R. (2023). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Instagram Dalam Branding Brand Baru Di Malam Minggu Group Syifah Syariah Ilmu komunikasi, UPN Veteran Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(3), 56–68. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i3.877>

- MC Phail, T. L. (2009). *Development Communication Reframing the Role of Media*. Media. Journal of Chemical Information and Modeling.
- Miles, M. . & H. A. . (1984). *Analisis Data Kualitatif* (Terjemahan). Penerbit Universitas Indonesia.
- Muh Saleh. (2019). *Radio Sebagai Media Pembelajaran*. <https://muhsaleh.std.uinmataram.ac.id/media-pembelajaran/radio-sebagai-media>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. In *Yogyakarta Press*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Muttamimah, L., & Irwansyah, I. (2023). Pemanfaatan Influencer Berbasis Virtual dalam Komunikasi Pemasaran. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 31–42. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i1.2322>
- Nasir, et, A. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DUTA NUSANTARA FM PONOROGO DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL*. 9, 356–363.
- Natalia. (2023). *Apa itu Creative Branding? Ini Pengertian, Jenis, dan 7 Cara Mudah Melakukannya*. <https://accurate.id/bisnis-ukm/apa-itu-creative-branding/>
- Nugroho, D. W. pratito sri, & AL, F. G. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram Pada Toko Triyo Sport Semarang. *Solusi*, 20(2), 180. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i2.5150>
- Nur Aeni Siti. (2022). *Menilik Sejarah Media Sosial, Manfaat, dan Contohnya*. <https://katadata.co.id/digital/teknologi/6246823429ac2/menilik-sejarah-media-sosial-manfaat-dan-contohnya>
- Perdana, A. P. (2020). UU ITE, Media Sosial, Generasi M UU ITE TENTANG EFEK MEDIA SOSIAL TERHADAP GENERASI MILENIAL. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 8(03), 297. <https://doi.org/10.35450/jip.v8i03.214>
- PPID RRI. (2022). *Visi dan Misi RRI*. <https://ppid.rri.go.id/visi-dan-misi-rri>

- Purbohastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Rahmi, R., Putra, I., Naa'ila Khairunnissa, A., & Firdatul Maulidia, A. (2023). Prosiding Seminar Nasional Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Personal Branding Pada Akun @belinda.firdaa. *Prosiding Seminar Nasional*, 1–9.
- RAMAYUDHA DWI AJI G. (2020). *PENGARUH LASSWELL COMMUNICATION MODEL BERBASIS PEMECAHAN MASALAH TERHADAP KEMAMPUAN KONEKSI MATEMATIS PESERTA DIDIK DITINJAU DARI KEPERIBADIAN KEIRSEY*. 21(1), 1–9.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., Trang, I., & Strategi..., P. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado the Effect of Promotion Strategy Through Social Media, Quality of Service. 3933 *Jurnal EMBA*, 6(4), 3933–3942. <http://www.detikoto.com/>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Rustanto Bambang. (2015). *PENELITIAN KUALITATIF PEKERJAAN SOSIAL. PT REMAJA ROSDAKARYA*.
- Saputro, A., Susana, & Sidharta, V. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas KPKNL Bekasi dalam Membangun Citra Institusi. *Global Komunika*, 6(2), 64–72.
- Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2022). Kegiatan Komunikasi dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran dan Mengimplementasikan Keselamatan, Kesehatan Kerja (K3) Guna Mewujudkan Industri Pariwisata yang Aman. *Semnaskom Unram*, 4(1), 289–295.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Trust Dan Brand Attitude. In *Brand Marketing: the Art of Branding*.
- Situmorang, Wi. R., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(2), 253–266.

<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jsn>

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. (2020). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Indah Logistik Pekanbaru. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Suryam Dora, D. (2017). DIFUSI INOVASI PROGRAM PAJAK E-FILING (Studi Deskriptif Kualitatif Dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi Program Pajak e-filing Kantor Radio Republik Indonesia di Surakarta). *STUDIES ON VARIATION IN MILK PRODUCTION AND IT'S CONSTITUENTS DURING DIFFERENT SEASON, STAGE OF LACTATION AND PARITY IN GIR COWS M.V.Sc D SURYAM DORA LIVESTOCK*, 6–18.
- Susanti, A., Suratani Handayani, L., Komariah Hildayati, S., Hertati, L., & Rum Hendarmin, R. M. (2023). Branding Dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong Umkm Di Desa Petanang. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7628–7635.
- Susila, T. (2023). Komunikasi digital. In *Buku Dosen-2009* (Issue July). http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/BDS/judul/000000000000000084311/
- Suskarwati, S. U. (2019). Koevolusi Radio Berita Rri Pro3 Pada Program Indonesia Menyapa. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 131–141. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i2.922>
- Tambunan, T. S. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan Penggunaan KWH Meter Listrik Pascabayar dan Prabayar pada PT PLN (Persero) Ranting Pancur Batu. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 66–83. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.124>
- Tanjung, A. M. S., Naldo, J., & Riza, F. (2022). Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga dalam Meningkatkan Eksistensi Minat Pendengar. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(10), 951–958.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147–153. <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>

