

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern (Pertama)*. Bening Media Publishing. www.bening-mediapublishing.com
- Alaslan, A., Amane, A. P. O., Suharti, B., Laxmi, Rustandi, N., Sutrisno, E., Rustandi, Rahmi, S., Darmadi, & Richway. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. In A. Hidir (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Pertama, Vol. 2). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Atmadja, N. B., & Ariyani, L. P. S. (2018). *Sosiologi Media: Perspektif Teori Kritis*. PT RajaGrafindo Persada.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In R. Wujarson (Ed.), *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Bahri, A. N. (2022). Bahan Ajar Dasar-Dasar Broadcasting Oleh : Andini Nur Bahri Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Medan. *Bahan Ajar Perkuliahan Dasar-Dasar Broadcasting*, 1–66.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing (Strategy, Implementation, And Practice (Sixth)*. Pearson Education Limited.
- Febriyanti, S. N. (2023). *Anak Muda, Youtube dan Digital Labour (Pertama)*. Prenada Media Group.
- Firmansyah, A. B. dan. (2022). *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik, Edisi Revisi (Pertama Ed)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ikhwan, M. (2022). *Manajemen Media Kontemporer : Mengelola Media Cetak, Penyiaran dan Digital (1st ed.)*. Kencana Prenada Media Group.
- Isnawijayani. (2019). *Menulis Berita di Media Massa dan Produksi Feature (P. Christian (ed.))*. Penerbit Andi.
- Latief, R. (2020). *PANDUAN PRODUKSI ACARA TELEVISI NONDRAMA: Ide, Format, Sistem Kerja, Kerabat Kerja, Naskah, Tata Rias, dan Acuan Dasar Kamera (Pertama)*. Prenada Media Group.
- Mabruri, A. (2018). *Produksi Program TV Non-Drama (Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah) (Pertama)*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mukarom, Z. (2021). *TEORI-TEORI KOMUNIKASI BERDASARKAN KONTEKS (A. Holid (ed.); Pertama)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rachmawati, I., Millanyani, H., & Ariyanti, M. (2021). *Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. Tel-U Press.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S.,

- Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. In Romindo & E. Sudarmanto (Eds.), *Insania* (Issue September). Penerbit Insania.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). Penerbit KBM Indonesia.
- Sudibyoy, A. (2022). *Media Massa Nasional Menghadapi Disrupsi Digital* (Pertama). KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Indah Azzahra. (2022). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)* (Y. Anisa & A. Zuhaira (eds.)). Universitas Medan Area Press.
- Suherdiana, D. (2020). Jurnalistik Kontemporer. *Jurnalistik Kontemporer*, 1, 154.
- Wardhana, A., Budiastuti, E., Gultom, N. B., Sudirman, A., Julyanthry, Saputra, G. G., Rizkia, N. D., Sari, A. R., Fardiansyah, H., Savitri, C., & Amruddin. (2020). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)* (Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (N. A. Fransiska (ed.); Pertama). Edulitera.
- Widyasari, K. L., Nuranna, F. S., Sulasmi, A. L., Rokayah, Wihartono, W., Sinuraya, N. E., Lestari, Chodijah, S., Finaka, A. W., Oscario, N., Sejati, D. F., Pamungkas, C. A., & Riswan, H. (2018). *Memaksimalkan Pengguna Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.

SUMBER JURNAL

- K.R, A. P. D., Ramadania, & Fatimah. (2021). Peran Production Assistant dalam Menjaga Kualitas Produksi Program Redaksi Malam Trans7 Periode Bulan Mei Tanggal 22, 2019. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13.
- Khumairoh, U. (2021). Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media. *Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 2(1), 63–78. <https://doi.org/10.47776/mjprs.002.01.05>
- Kusumaningrum, H., Unik Hanifah Salsabila, Nanik Rahmanti, Istiani Nur Kasanah, & Dian Sidik Kurniawan. (2022). Optimalisasi Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Daring. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 5(1), 92–114. <https://doi.org/10.54396/saliha.v5i1.223>
- Lestari, A. R., Basuki, U., & Sriyanto, Y. P. (2022). Analisis Peran Asisten Produser Di Temanggung Tv Menggunakan Role Theory. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 38. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i1.64>
- Putra, R. A. (2019). Tantangan Media Massa Dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi. *Jusifo*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v5i1.5003>
- Putri, M. I. (2021). *Social Media Journalism: Monetisasi Berita di YouTube melalui*

News Vlog Packaging. 9(1), 64–77.

- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 179–186. <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1925>
- Vira, A., & Reynata, E. (2022). Penerapan youtube sebagai media baru dalam komunikasi massa. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 96–101. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/514/254>
- Widi, S. (2022). *Makin Sedikit Orang Indonesia Nikmati TV dan Radio pada 2021*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/makin-sedikit-orang-indonesia-nikmati-tv-dan-radio-pada-2021>
- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

SUMBER INTERNET

- Hidayah, F. N. (2023). *Ada 74,90% Masyarakat Indonesia Gunakan Internet untuk Mendapatkan Informasi dan Berita*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/Fitrinurhdyh/ada-7490-masyarakat-indonesia-gunakan-internet-untuk-mendapatkan-informasi-dan-berita-dwbSe>
- Kemp, S. (2023). *Youtube Users, Stats, Data and Trends*. Datareportal. <https://datareportal.com/essential-youtube-stats>
- Mathur, V. (2022). *Video on Demand (VOD): Definition, Types, and Examples*. Analytics Steps Infomedia LLP 2020-22. <https://www.analyticssteps.com/blogs/video-demand-vod-definition-types-and-examples>
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- PT Surya Citra Media Tbk. (2022). *Profil Perusahaan*. <https://www.scm.co.id/company-overview>
- Shewale, R. (2024). *YouTube Statistics For 2024 (Users, Facts & More)*. Demandsage. <https://www.demandsage.com/youtube-stats/>