

DAFTAR PUSTAKA

- Adiansyah, M. R. (2021). Pengaruh Kredibilitas Penyiar Radio Madama Pada Instagram Story @MADAMARADIO Terhadap Loyalitas Pendengar (Studi Pada Followers Radio Madama Makassar).
- Albig, W. (1956). *Modern Public Opinion*. New York: McGraw-Hill Book Company Inc.
- Alley, A. (2022). A long article about short videos: A content analysis of U.S. academic libraries' use of Tiktok. *Journal of Academic Librarianship*.
- Alley, A., & Hanshew, J. (2022). A long article about short videos: A content analysis of U.S. academic libraries' use of Tiktok. *The Journal of Academic Librarianship*. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2022.102611>
- Annur, C. M. (2023, November 30). *Databoks Katadata*. Retrieved from Databoks Katadata : Teknologi & Telekomunikasi: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/30/jumlah-pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-iii-2023>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Desain: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (1991). *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, O. U. (1991). *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, O. U. (1993). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gita Puspita Garini, D. L. (2023). Makna Personal Branding Penyiar Radio Ardan di Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series : Public Relation*. Retrieved from <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPR/article/view/8630>
- Haroen, D. (2014). *Personal Braning Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Junaedi, F. (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Kaniraras, L. (2019). Media Sosial Sebagai Pendukung Interaktivitas Penyiar dan Pendengar di Radio Swaragama FM (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram di Radio Swaragama FM).
- Kusnandar, V. B. (2019, October 23). *Databoks Katadata*. Retrieved from Databoks Katadata : Teknologi & Telekomunikasi: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/23/hanya-13-persen-masyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio/>
- Luik, J. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moleong. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Media Kita.

- Morissan. (2020). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- O'Keefe, B. J. (1998). The logic of message design: Individual differences reasoning about communication. *Communication Monographs*, 80-103. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/03637758809376159>
- Phyana, R. A. (2022). Eksistensi Penyiar Program Morning Zone di Radio Trax FM Palembang. *Journal of New Media and Communication*. Retrieved from <https://journal.sinergiinstitute.com/index.php/JNMC/article/view/3>
- Rachmawati, M. A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rado Swaragama FM Dalam Menarik Minat Pendengar Yogyakarta. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Romli, A. S. (2004). *Broadcast Journalism : Panduan Menjadi Penyiar, Reporter, dan Script Writer*. Bandung: Nuansa.
- Sari, A. P. (2013). Peran Gaya Bicara Penyiar Radio Sindangkasih FM Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar. Retrieved from https://repository.syekhnrjati.ac.id/1935/1/ANGGRAINI%20PUSPITA%20SARI_58210038_ok-min.pdf
- Shavira, D. M. (2022). Strategi Konvergensi @GEN1031FMSBY Guna Menambah Peminat Pendengar Radio Melalui Media Sosial Tiktok.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Theodore Peterson, J. W. (1965). *The Mass Media and Modern Society*. New York: Holt, Rinehart, Winston Inc.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. Banda Aceh: FTK Ar-Raniry Press.
- Wiguna, G. L. (2023). Media Sosial LinkedIn Sebagai Platform Personal Branding Fresh Graduate Untuk Mendapatkan Pekerjaan.
- Zebua, E. M. (2023). Strategi Radio Mersi FM Dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar. *Universitas Nasional Pionir Perubahan*. Retrieved from <http://repository.unas.ac.id/7295/>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Afriyani, A. (2020). Distorsi Pesan Dalam Perspektif Message Design Logic Pada Organisasi

Kemahasiswaan Pecinta Alam Universitas Bina Sarana *Stikom Prosia*.
<http://repository.stikomprosia.ac.id/id/eprint/21/1/2>. Jurnal Skripsi Afriyani
9500018013.pdf

Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(2), 233–254.
https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr1QYyKqZpIPXogJH3LQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzM EcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1704663563/RO=10/RU=https%3A%2 F%2Fjournal.iainkudus.ac.id%2Findex.php%2Fkomunikasi%2Farticle%2Fdownload%2 F1646%2F1482/RK=2/RS=BeS4anqRRegmpMVvF8LqHM

Firmansyah, H. (2014). *Hubungan Kredibilitas Kepala Cabang Pt. Bank Sinarmas Terhadap Kinerja Karyawan Di Abdul Rivai Bandung*. X, 9–33.
https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/685/jbptunikompp-gdl-hilmankurn-34244-5-unikom_h-1.pdf

Firzananda NST, M. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Di Kalangan Penyiar Radio Most FM Untuk Berkomunikasi Kepada Pendengarnya*. 1–85.
<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/7613?show=full>

Gusna, S. S., Fatih, A. M., & Salsabila, T. (2021). Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Audiens*, 3(1), 161–170.
<https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.12017>

Hapsari, D. (2018). Masyarakat Indonesia Majalah Ilmu-Ilmu Sosial Indonesia Daftar Isi. *Jurnalisme Radio Pada Era Digital: Transformasi Dan Tantangan*, 44, 63.
<https://jmi.ipisk.lipi.go.id/index.php/jmiipisk/article/view/760/525>

Ita Suryani, Liliyana, Muhammad Handar, R. E. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93.9 FN. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 71–80.
<https://repository.bsi.ac.id/repo/files/289984/download/Jurnal-Komunikasi-BSI-Genap-2020.pdf>

Kustiawan, W., Marpaung, M. D., & Syahputra, M. A. (2020). Sejarah Perkembangan Radio. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 1–19. <https://ummaspul.ejournal.id/JENFOL/article/view/4835/2047>

Kustiawan, W., Sitorus, A. O., Masri, A., Sylvana, F. R., Simanjuntak, M. W., Islam, U.,

- Utara, N. S., Islam, U., Utara, N. S., Islam, U., Utara, N. S., Islam, U., Utara, N. S., Negeri, I., Utara, S., Negeri, I., & Utara, S. (2022). Kelebihan dan kekurangan radio. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 2–7.
<http://journal.sinov.id/index.php/juitik/article/view/348/277>
- Maulana, A. S., Sari, D. P., Br Manik, N., Mulyani, S., & Kustiawan, W. (2023). Manajemen Produksi Siaran Pemberitaan Media Radio dan Televisi. *MUDABBIR Journal Reserch and Education Studies*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v2i2.202>
- Mujawaroh Annafi, Sri Hastjarjo, & Agung Satyawan. (2023). Message Design Logic on Lecturer @buiramira's TikTok Account. *Formosa Journal of Social Sciences (FJSS)*, 2(1), 93–110. <https://doi.org/10.55927/fjss.v2i1.2924>
- Murtiastuti, D. M. (2020). *Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Rachel Goddard terhadap Perilaku Imitasi Mempercantik Diri*. 9–21.
<https://repository.uksw.edu/handle/123456789/20876>
- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174–183.
<https://doi.org/10.30596/interaksi.v1i2.1202>
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 167–178. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v1i2.1202>
- Puspita Garini, G., & Dede Lilis Chaerowati. (2023). Makna Personal Branding Penyiar Radio Ardan di Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 671–678. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.8630>
- Puspitasari, F. Y., & Virgono, A. (2009). Internet Radio Streaming. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI), 2009(Snati)*, 83–86.
<https://journal.uui.ac.id/Snati/article/view/1437>
- Putra, Y. P. (2017). Efektivitas kualitas layanan personal trainer dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Skripsi Universitas Pasundan*. <http://repository.unpas.ac.id/27508/>
- Silvia, S., & Paramita, S. (2019). Kredibilitas Komunikator Dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial Pada Kepala Penerangan Kodam Jaya). *Koneksi*, 2(2), 569. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3938>

Winoto, Y., Studi, P., Perpustakaan, I., & Padjadjaran, F. U. (2015). *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber Sour. 5(2)*, 1–14.

Yunitasari, C., & Japariato, E. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1(No.1)*, 1–8. Yunitasari, Cindy

& Japariato, E. (2013). Analisa%0AFaktor-Faktor Pembentuk Personal

Branding%0Adari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran%0APetra, 1(1)*, 1–18