

DAFTAR PUSTAKA

- Adiansyah, M. R. (2021). Pengaruh Kredibilitas Penyiar Radio Madama pada Instagram Story @madamaradio Terhadap Loyalitas Pendengar (Studi pada Followers Radio Madama Makassar) . *repository unhas*, 1.
- Agustini, N. M. (2022). Pengaruh Faktor-Faktor Internal Perusahaan Terhadap Keberhasilan Konstruksi Gedung di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Spektran*, 22.
- Andreas M. Kaplan, M. H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *ScienceDirect*, 59-68.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University press.
- Beule, S. H. (2019). Characteristics of the Classic Radio Experience Perceived by Young Listeners and Design Implications for Their Digital Transformation. *Taylor & francis online*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 142.
- Dmayanti, R. (2018). Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, 262.
- Dwi Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Dwi Putri Robiatul Adawiyah, M. C. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah . *Jurnal Komunikasi*, 134.
- Espíndola, J. (2020). Country Image and Brand Image: The effects “Country image” and “Brand image” on luxury products. *Sciencia Scripts*.
- Fadilah, J. (2019). Strategi Periklanan Online Shop Garasi Barokah Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 20.

- Fadilah, P. Y. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *kajian jurnalisme*.
- Fitriani, S. &. (2023). Faktor Lingkungan Internal Penghambat Penggunaan E-Commerce Pada UMKM Kerajinan Kota Yogyakarta. *Jurnal Tecnoscienza*, 114.
- greatnusa. (2022, maret 20). *Teori Brand Image: Pengertian, Komponen, dan Manfaat*. Retrieved from Great Nusa: <https://greatnusa.com/article/teori-brand-image>
- Hidayat, P. R. (2020). Strategi Pemasaran Brothers Café dalam Membangun Brand Image Bagi Pengunjung Di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 34.
- Iga Mauliga Mulitawati, M. R. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram. *KOMUNIKOLOGI*, 29.
- Mahfud, M. H. (2019). Metode penentuan faktor-faktor keberhasilan penting dalam analisis swo. *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 116.
- Malinda, R. (2018). Strategi Membangun Brand Image Pada Produk Handphone OPPO. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 77.
- Measured, S. (2014). Instagram study. *Simply Measured Q*.
- Mei, A. R. (2021). Pengaruh Brand Reputation dan Brand Experience terhadap Trust in a Brand serta Pengaruhnya pada Loyalitas Pelanggan. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 45.
- Miftah, M. (2008). Strategi komunikasi efektif dalam pembelajaran. *Jurnal Teknodik*, 88-89.
- Miftah, M. (2008). Strategi Komunikasi Efektif dalam Pembelajaran. *Jurnal Teknodik*, 94.

- Muksin, A. M. (2023). Analisis Lingkungan Eksternal Dalam PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 182.
- Mulyadi. (2020). Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi "Moeng Kopi" Melalui Media Sosial Instagram. *jurnal ilmu komunikasi*, 111.
- Mulyadi, M. C. (2023). Proses Pemberdayaan BP2MI DIY Terhadap Pekerja Migran Indonesia (PMI) Di Desa Wisata Garongan, Wonokerto, Sleman Yogyakarta. *Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 19.
- Munir, M. &. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 23.
- Nadhifa Fitri Utami, N. Y. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi . *Bandung Conference Series: Public Relations* , 1-4.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi. *jurnal interaksi*, 176.
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Nidhi. (2024, Oktober 19). *Statistik Instagram 2024: Data Pengguna & Pertumbuhan Terbaru*. Retrieved from AFFMaven: <https://affmaven.com/id/instagram-statistics/>
- Nielsen, A. C. (1945). TWO YEAR OF COMMERCIAL OPERATION OF THE AUDIMETER AND THE NIELSEN RADIO INDEX. *Sage Journal*.
- Oetama, J. (2006). *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Pandiangan, K. M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 474.
- Panesthy, J. L. (2016). Pengaruh Brand Image dan Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Cabang Buah Batu Kota Bandung . *Doctoral dissertation, Universitas Widyatama*.
- Purwidiyanti, W. &.-1. (2015). Pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja usaha industri kecil dan menengah di Purwokerto Utara. *Kinerja*, 157.
- Puspitarini, D. S.-8. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 74.
- Putri Azzahra Anwar, Z. A. (2022). Persepsi Pendengar Radio Madama fm Terhadap Program Holyroxx dalam Mengenalkan Musik Indie di Kota Makassar . *RESPON jurnal ilmiah mahasiswa ilmu komunikasi*, 1.
- Putri, W. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Ks*, 50.
- Ramadhanty, P. &.-1. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram@kedaikopikulo Terhadap Sikap Konsumen. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.
- RG. (2018, januari 3). *Sejarah Singkat Perkembangan Radio*. Retrieved from Komisi Penyiaran Indonesia : <https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio>
- Rialp-Criado, A. &.-C. (2018). Examining the impact of managerial involvement with social media on exporting firm performance. *International Business Review*, 355-366.
- Rohadian, S. &. (2019). Upaya membangun customer engagement melalui media sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 182.
- Sashi, C. M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. . *Management decision*.

- Setiawan, M. (2013). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2.
- Setyo, M. A. (2022). Faktor Lingkungan Internal Penghambat Utilisasi E-Commerce Pada Umkm. *Jurisma: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 192.
- Sinabariba. (2023). Eksistensi Radio: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital Dan Post-Pandemic COVID-19 (Sebuah Pendekatan Dengan Metode Tinjauan Literatur Sistematis). *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*.
- Sulistiyo, T. D. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang. *jurnal ekbis*, 190.
- Tassruddiin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif . *Jurnal Al-Khitabah, Vol. II*, 109.
- Thabroni, G. (2022, November 12). *Strategi Komunikasi: Pengertian, Jenis, Tujuan, Tahap, Prinsip, dsb*. Retrieved from serupa.id: <https://serupa.id/strategi-komunikasi-pengertian-jenis-tujuan-tahap-prinsip-dsb/#:~:text=Berdasarkan%20beberapa%20pengertian%20strategi%20komunikasi%20menurut%20para%20ahli,seluruh%20komponennya%20yang%20meliputi%20komunikator%2C%20pesan%2C%20saluran%20%2>
- Thalib, M. A. (2022). Pelatihan Analisis Data Model Miles dan Huberman untuk Riset Akuntansi Budaya . *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah* .
- Tjiptono, F. (1995). Strategi pemasaran. *repository.um-surabaya*.
- Tripathi, M. (2009). Customer Engagement-Key to Successful Brand Building. *Vilakshan: The XIMB Journal of Management*.
- Trunfio, M. &. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. *Italian Journal of Marketing*, 268.
- Untari, D. &. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 273-275.

- Visnu, D. (2014). Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita di Yayasan Sosial Bina Sejahtera Cilacap). *Doctoral dissertation, UAJY*, 14-15.
- Winda Kustiawan, J. A. (2022). Sejarah Singkat Radio, Format, Perangkat Siaran, Revolusi Serta Keunggulan dan Kelemahannya . *Sinov Publikasi*, 1.
- Yulhaidir, S. H. (2023). Persepsi Pendengar Terhadap Berita Pendidikan Pada Program Siaran Sore Radio Madama 87.7 Fm. *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)*.
- Yuliana, M. Y. (2021). Strategi Radio Bharata FM Makassar di Era Konvergensi Media. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi (J-KO)* , 48.
- Zamzami, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* , 32.