

DAFTAR PUSTAKA

- ADiTV, A. (2014). *Buku besar Dokumen ADiTV*. Yogyakarta.
- Adi, M. K. (2007). *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Andi.
- Agustrijanto. (2001). *Copywriting: Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: Remaha Rosdakarya.
- Alma, B. (2006). *Kewirausahaan* (10 ed.). Bandung: Alfabeta.
- American Journal of Sociology. (2019). Peranan Jurnalis Media Televisi dalam Proses Pemulihan Korban Bencana Alam di Kota Palu (Studi pada Palu TV). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Anwas, O. M. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, & Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Sambiosa Rekatama Media.
- Burnett, W. W., & Moriarty, S. (2000). *Advertising: Principles and Practice*. USA: Prentice Hall.
- Buru, U. I. (2019). Paradigma Konstruktivisme. October. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Ciptono, S. (2012). *Teknologi Broadcasting TV* (Vol. 2). Yogyakarta: Graja Ilmu.
- Coulson, C., & Thomas. (1993). *Public Relations: Pedoman Praktis Untuk PR* (1 ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Cravens, D. W. (1996). *Strategi Promosi* (4 ed.). Erlangga.
- Deddy Mulyana. (2013), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, halaman 180
- Dini'ah, Z., & Syarah, M. M. (2019). Analisis Produksi Program Khazanah Trans7 Episode Khazanah Etalase. : *Journal of Communication Science ...*, 3(1), 157–169.
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2013). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Prenada Media.

- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Uchjana, O. (2000). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Uchjana O. (2006). *Human Relations dan Publik Relations* (2 ed.). Bandung: Remaja Karya.
- Faizi, F., Wulandana, N. P., Alya, A., & Lombu, A. A. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 137. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.510>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (1 ed.). Pasuruan: Qiara Media.
- Haikal, A., Septian, R., & Ichsan, M. (2018). Memilih Segmentasi Penonton dalam Perencanaan Program Televisi (Studi Siswa Magang SMK 4 Bekasi di BSI TV). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 20. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Ife, Jim & Tesoriero, & Frank. (2008). *Community Development: Community-Based Alternatives in An Age of Globalisation*. Australia: Pearson Education
- Jefkins, F. (1996). *Periklanan* (3 ed.). Erlangga.
- Kartasasmita, G. (1997). Pemberdayaan masyarakat: Konsep pembangunan yang berakar pada masyarakat. *Yogyakarta: UGM, Sp 607*, 1–25.
- Kennedy, J. E., & Soemanegara, D. R. (2006). *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (11 ed.). (B. Sarwiji, & B. Molan, Penerj.) Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing* (9 ed.). New Jersey.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 4). (B. S. Benyamin Molan, Penerj.) Jakarta Indeks.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Jurnal Komunikasi UNISBA*. doi:<https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Theories of Human Communication*.
- Morissan. (2005). *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi promosi dan komunikasi*. June.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Peter, J. P., & Donnelly, J. J. (2008). *Marketing Management* (9 ed.). McGraw-Hill Education.
- Riadi, M. (2020, September 17). *Copywriting (Pengertian, Tujuan, Peran, Unsur, Gaya dan Elemen)*. Dipetik Februari 22, 2023, dari kajianpustaka.com: Copywriting (Pengertian, Tujuan, Peran, Unsur, Gaya dan Elemen)
- Rudjito. (2003). *Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Strategi Bisnis, Makalah Yang Di Sampaikan Pada Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional Kerjasama Lemhanas RI Dengan BRI*.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (13 ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Saifuddin Anwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998, hal 35
- Setiadi, N. J. (2005). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (2 ed.). Jakarta: Prenada Media.
- Setyowati, Y. (2019). Komunikasi Pemberdayaan sebagai Perspektif Baru Pengembangan Pendidikan Komunikasi Pembangunan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 188-199. <https://doi.org/10.46937/17201926849>
- Shimp, T. A. (2003). *Advertising, Promotion & Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications*. (R. Sahrial, Penerj.) Jakarta: Erlangga.

- Silitonga, Y. P. G. (2021). Analisis Self Disclosure Dalam Second Account Di Media Sosial Instagram: Studi Kualitatif terhadap Second Account Instagram. 1–8. *Jurnal Komunikasi UPNVJ*
- Suaiba, Sabar, A., Doha, I. M., Hidayat, A., & Wandu. (2018). Teknologi Internet sebagai Media Baru dalam Berdakwah. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, December*, 65.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Supriyono, R. A. (1990). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis* (Vol. 4). Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Surayya, R. (2018). Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian Kesehatan. *AVERROUS: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan Malikussaleh*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.29103/averrous.v1i2.415>
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (2 ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. (1998). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran : Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tyagi, C., & Kumar, A. (2004). *Consumer Behaviour*. US: Atlantic Publishers.
- Wardhana, A. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*, 105–116.
- Weafer, L. D. (2002). *Seni Menggunakan Pemasaran Langsung yang Berhasil*. Elex

Media Komputindo

Whalley, A. (2010). *Strategic Marketing*. Venthus Publishing ApS. Diambil kembali dari bookboon.com

Wibowo, F. (2007). *Dasar-Dasar Produksi Televisi* (Vol. 1). Jakarta: Grasindo 1997.

Zubaedi. (2014). *Pengembangan Masyarakat. Wacana & Praktik*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

