

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi di Era Internet. *Jurnal Unpad*, 2(1), 105-106.

Alsani, R. R., & Nurahmawati, N. (2016). Strategi Rebranding Operator Telekomunikasi Seluler. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2(2), 950-955.

Alzagladi, B., Andriani, H., & Prihatin, I. (2022). Strategi Rebranding pada Rumah Sakit di Indonesia: Tinjauan Literatur. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 10(1), 18.

Andriani, A, D. (2022). Demokrasi Damai Di Era Digital. *Rampai Jurnal Hukum (RJH)*, 1(1).

Anggrayni, D., Hassan, B. R. A., & Kee, C. P. (2018). Analisis Strategi Komunikasi Ahli Parlimen dalam Program Siaran Interaktif di Radio Republik Indonesia dan Radio Elshinta. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(3), 177-191.

APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Diambil dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.

Bahri, K. N., Rozak, A., Minhajuddin, M., Baswarani, D. T., Desmantlyo, P. S., & Revalina, M. R. (2023). Peningkatan Strategi Pemasaran dan Branding dalam Menunjang Kewirausahaan Mandiri pada Masyarakat Kampung Wisata Braga. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5), 10007-10011.

Dartiningsih.,dkk. (2016). *Riset Komunikasi Strategi Praktis bagi Peneliti Pemula*. Prodi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) dan Elmaterra Yogyakarta.

Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023.

Dulwahab, E. (2016). Rebranding Dakwah di Media. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 15(2), 299-316.

Effendy, R. (2014). Mengurai Potensi Ruang Publik Lembaga Penyiaran Publik Dalam Upaya Demokratisasi Masyarakat Lokal. *Reformasi*, 4(2), 111-123.

Habsy, B. A. (2017). Seni memahami penelitian kualitatif dalam bimbingan dan konseling: studi literatur. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2), 90-100.

Hana, R. (2017). Rebranding Mentari Books melalui Event 260 Degree Mentari. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume*, 16(02), 99-111.

Hardani., Andriani, H., dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.

Haryoko. 2020. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Makasar: Badan Penerbit UNM.

Helmi, M. (2020). Penemuan Hukum oleh Hakim Berdasarkan Paradigma Konstruktivisme. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 22(1), 111-132.

Ibrahim., 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Ikhlas, G. R., & Syahputra, S. (2021). Pengaruh Corporate Rebranding Terhadap Loyalitas Konsumen Gojek Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).

Indrawati, N. K., Hawa, N. L., (2022). Membangun Brand Image Sebagai Pengeluaran Produktif Untuk Bisnis Berkelanjutan Industri Kreatif di Kota Malang. *Manajemen dan Bisnis Jurnal*, 8(1).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajement, 15th Edition*. NewJersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kurnia, U. D. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Erigo di Gresik Oleh Generasi Z. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 3(1), 1-11

Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.

Lesmana, V. Susanto, I. (2017). *Life On Radio*. Jakarta: Grasindo.

Lestari, A., & Syarvina, W. (2023). Peranan Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Pada Era Digital. *Epsilon: Journal of Management (EJoM)*, 1(2), 25-33.

Meifitri, M., & Susanto, E. (2020). Perubahan dari Media Lama ke Media Baru: Telaah Transformasi Platform Multimedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 303.

Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edivisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Muhammad, B. I. Makna Rebranding Logo Baru Kementerian BUMN Republik Indonesia. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(1), 19-31.

Nasor, M. (2017). Optimalisasi Fungsi Radio sebagai Media Dakwah. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 12(1), 105-128.

Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174-183.

Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174-183.

Rabiaturrohmah, D., & Iskandar, D. (2020). Rebranding Media Massa Digital Anak. *Prosiding Jurnalistik*. 6(2), 137.

Rahayu, P. (2019). Pengaruh Era Digital terhadap Perkembangan Bahasa Anak. *Al-Fathin: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 2(1), 47-59.

Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.

Roesdiono, E., & Firdaus, A. S. (2023). Dampak Strategi Branding terhadap Keputusan Pembelian Dans Butter. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 21421-21429.

Sahir, S. H., (2022). *Metode Penelitian*. Bantul: Penerbit KBM Indonesia.

Samsu. 2017. *Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Jambi: Pusaka.

Santoso, P. Y., & Toruan, R. R. M. (2018). Strategi Marketing Public Relations dalam Rebranding HSBC Indonesia untuk Membentuk Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 1-14.

Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 7(6), 1-10.

Seftiandy, S., & Sunaryo, R. (2018). Strategi Rebranding E-Commerce Blanja. com Meningkatkan Brand Awareness melalui Iklan Televisi. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 15(1), 29.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALPHABET.

Sumiyati., dkk. (2019). Strategi Public Relations Dalam Rebranding Bekasi Square. *Jurnal Lugas P-ISSN*, 3(2), 110-118.

Suryani, L. (2015). *Manajemen Pemasaran; Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (12th ed.)*. Jakarta: Erlangga.

Suyitno, 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip dan Operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka.

Umanailo, M. C. (2015). *Masyarakat Buru dalam Perspektif Kontemporer (Kajian Kritis Perubahan Sosial di Kabupaten Buru)*. Buru: Mega Utama.

Umbara, U. (2017). Implikasi teori belajar konstruktivisme dalam pembelajaran matematika. *JUMLAHKU: Jurnal Matematika Ilmiah STKIP Muhammadiyah Kuningan*, 3(1), 31-38.

Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: PT.Indeks.

Yusuf, F. (2016). Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda. *EJournal IlmuKomunikasi*, 4(3), 98-111.

Yusuf, F. (2016). Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda. *EJournal IlmuKomunikasi*, 4(3), 98-111.

Zubaedah, L. M. (2018). Corporate rebranding Tokobagus.com menjadi OLX.co. id. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri)*, 1(1), 97-107.