

DAFTAR PUSTAKA

- , Alfisyah, Yuli Apriati, M. S. (2021). Strategi Pemasaran Kelompok Musik Campursari Di Sanggar “Budoyo Manunggal” Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan. *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)*, 3(1), 345. <https://doi.org/10.20527/padaringan.v3i1.3031>
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Arifin, A. (1982). *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. Armico.
- Assauri, S. (2020). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. *Society*, 74(4), 1157–1166.
- Creswell, J. W. (2019). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (IV)*. Pustaka Pelajar.
- Firman. (2018). Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–14.
- Getto, G., Labriola, J. T., & Ruszkiewicz, S. (2023). *Content Strategy (A How-to Guide)*. Routledge.
- Ghalisthan, A. R. (2023). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FITUR REELS DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND RECOGNITION (Studi Pada Followers Instagram @luxxestudio). In *Jurnal Akademik Universitas Asia Timur* (Vol. 4, Issue 1).
- Grace, M., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hariansyah, N. (2021). Segmentasi Pasar dalam Komunikasi Pemasaran Islam. *Jurnal Al-Hikmah*, 19(2), 127–138. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v19i2.73>
- Heriyadi, H. (2018). Peran Teori Dalam Studi Komunikasi. *Tasamuh*, 16(1), 97–118. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.547>
- Iif Ahmad Syarif, Edy Utomo, & Eko Prihartanto. (2021). Identifikasi Potensi Pengembangan Wilayah Pesisir Kelurahan Karang Anyar Pantai Kota Tarakan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(3), 225–232. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaindonesia.v1i3.604>

- James W, Elston D, T. J. et al. (2020). Representasi Gaya Hidup dalam Instagram. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2021). *Depertemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Krismasakti, B. (2019). Instagram Stories Dalam Ajang Pengungkapan Eksistensi Diri (Studi Kasus Selebgram @Jihanputri). *Pustaka Komunikasi*, 2(1), 1–14.
- Larasati, S. (2014). *Gaya Vokal Waldjinah pada Langgam Keroncong. 1992, 2010–2011*.
- Macionis, J. J. (2020). *Sociology: A Global Introduction* (berilustra). Pearson Prentice Hall.
- Mortara, L. (2019). *Strategy and Communication for Innovation* (T. Minshall (ed.)). Springer Science & Business Media.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23.
<https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Cet. 10). Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurhifdi, G. (2022). *Hubungan penggunaan google classroom di masa pembelajaran daring dengan minat belajar siswa*. 1–14. repository.upi.edu
- Pambajeng, N. R. S., Suryati, S., & Musmal, M. (2019). Teknik Vokal dan Pembawaan Lagu Keroncong Stambul “Tinggal Kengangan” Ciptaan Budiman BJ oleh Subarjo HS. *Promusika*, 7(1), 29–37.
<https://doi.org/10.24821/promusika.v7i1.3166>
- Pratiwi, E. (2023). *Strategi Komunikasi Podcast #Andacurhat Dalam Menjaga Eksistensi Popularitas Di Spotify (Studi Kasus Konten Spesial Ramadhan 1444 H)*.
- Qadaruddin, M. (2021). Teori komunikasi media massa. *Teori Komunikasi Media Massa, 1996*, 1. [http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI KOMUNIKASI MEDIA MASSA .pdf](http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI_KOMUNIKASI_MEDIA_MASSA.pdf)
- Rachman, A., & Utomo, U. (2017). “Sing Penting Keroncong” Sebuah Inovasi Pertunjukkan Musik Keroncong di Semarang. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 3(1). <https://doi.org/10.30870/jpks.v3i1.4066>

- Rachman, A., & Utomo, U. (2019). “Sing Penting Keroncong” Sebuah Inovasi Pertunjukkan Musik Keroncong di Semarang. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 3(1). <https://doi.org/10.30870/jpks.v3i1.4066>
- Rahman, J. H. (2021). Informan Penelitian Kualitatif. *Research Gate*, August, 0–7.
- Ramadhani, F. A., & Rachman, A. (2019). Resitensi Musik Keroncong di Era Disrupsi: Studi Kasus Pada O.K Gita Puspita di Kabupaten Tegal. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 1(1), 41–51. <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v1i1.18>
- Rani, P. (2020). Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Ditengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020 (Studi Kasus : Radio Suara Kancanta Lombok Timur). *Range Management and Agroforestry*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.fcr.2017.06.020>
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105.
- Stephen P. Robbins. (2020). *Perilaku Organisasi*. 6(2), 1–15.
- Sugawara, E., & Nikaido, H. (2014). Evaluasi Program Regrouping SD Negeri Tukang 01 dan SD Negeri Tukang 02 Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang. *Magister Manajemen Pendidikan Program Pascasarjana FKIP-UKSW*, 58(12), 7250–7257.
- Suprianto, S. (2020). Implementasi Algoritma Naive Bayes Untuk Menentukan Lokasi Strategis Dalam Membuka Usaha Menengah Ke Bawah di Kota Medan (Studi Kasus: Disperindag Kota Medan). *Jurnal Sistem Komputer Dan Informatika (JSON)*, 1(2), 125. <https://doi.org/10.30865/json.v1i2.1939>
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 1(3), 51–61.
- Widjanarko, B. (2019). Konsep Dasar dalam Pengumpulan data Penyajian Data. *Sats4213/Modul 1*, 1–45.
- Yesianda, A. M. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI TIM PRODUKSI ACARA MUSIC MORNING DI VIRGIN RADIO 99,9 FM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR. *Akrab Juara*, 4, 1–11.