

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ali, dini salmiyah fithrah. (2017). *marketing public relation-diatara penjualan dan pencitraan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Armando, A. (2011). *Televisi Jakarta di Atas Indonesia*. Jakarta: Bentang.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Pr.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design: qualitative, quantitative and method approached*. California: Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (1998). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications.
- Hasanah, N. (2010). *Strategi Komunikasi Pemasaran Acara Bursa Niaga di Riau Televisi dalam Memikat Pemirsa*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Ikadiyan, Suryatna, & Luthfie. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran MGSTV dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa. *Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Djuanda Bogor*, 2(2), 125–134.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *marketing management* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall International.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Latief, R. (2018). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ouwersloot, H., & Duncan, T. (2008). *Integrated Marketing Communications*. McGraw-Hill.

Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. LkiS Pelangi Aksara.

Persia, A. (2013). *Komunikasi Pemasaran Divisi Telkom Fleksi Melalui Iklan di Kota Padang*. Universitas Andalas.

Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadi, D. D., Destry, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.

Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan & Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal:

Ikadiyan, Suryatna, & Luthfie. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran MGSTV dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa. *Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Djuanda Bogor*, 2(2), 125–134.

Skripsi:

Hasanah, N. (2010). *Strategi Komunikasi Pemasaran Acara Bursa Niaga di Riau Televisi dalam Memikat Pemirsa*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

Persia, A. (2013). *Komunikasi Pemasaran Divisi Telkom Fleksi Melalui Iklan di Kota Padang*. Universitas Andalas.

Website:

<http://padangTV.id/live/> (diakses pada tanggal 12 April 2019, pukul 20.00 WIB).

<https://prokabar.com/> (diakses pada tanggal 1 November 2019, pukul 20.00 WIB).

<https://www.republika.co.id/> (diakses pada tanggal 23 Januari 2020, pukul 9.00

WIB)

