

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardianto, E., & Komala, L. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Chandra, J. (1994). *Kreativitas: Bagaimana Menanam, Membangun, dan Mengembangkannya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Coleman, J. C., & Hammen, C. L. (1974). *Contemporary Psychology and Affective Behavior*. Glenview: Scott Foresman and Co.
- Depdiknas, (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*. Jakarta: Balai Pustaka. (hal. 1162)
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Prenada Media.
- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: Andi.
- Latief, R., dan Utud, Y. (2015). *Siaran Televisi Nondrama: Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Latief, R., dan Utud, Y. (2017). *Kreatif Siaran Televisi: Hard News, Soft News, Drama, Non-Drama*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Mabruri, A. (2018). *Produksi Program TV Non-Drama: Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah*. Jakarta: Grasindo.
- Morissan. (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Prenada Media.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: Grasindo.
- Nurudin, M. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rianto, P., dkk. (2012). *Dominasi TV Swasta (Nasional), Tergerusnya Keberagaman Isi dan Kepemilikan*. Yogyakarta: PR2Media-Yayasan Tifa.
- Riswandi. (2009). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Severin, W. J., dkk. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Subroto, D. S. (1994). *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Vane, E. T., & Gross, L. S. (1994). *Programming For TV, Radio and Cable*. Boston: Focal Press.
- Wahyudi, J.B. (1994). *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyuni, H. I. (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia (Harapan, Dinamika, dan Capaian Kebijakan Media Baru di Indonesia)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, 4th ed.* New York: McGraw-Hill.
- Wibowo, F. (1997). *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: Grasindo.
- Yusanto, F. (2017). *Buku Ajar Produksi Program Televisi Multi Camera*. Yogyakarta: Deepublish.

### **Jurnal**

- Chandra, A. N. A., & Pujiyono, B. (2018). Pengaruh Program Indonesia Bagus di NET TV terhadap Minat Traveling Komunitas Backpacker Indonesia. *PANTAREI*, 2(2). (<http://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/263/204>)
- Giovanni, A. R. (2017). Persepsi Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya terhadap Program Acara My Trip My Adventure di Trans TV. *Jurnal e-*

- Komunikasi*, 5(1). (<http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/6161/5658>)
- Mayangsari, K., Krisdinanto, N., & Purnama, F. Y. (2017). Implementasi Share dan Rating sebagai Dasar Kebijakan Pemrograman Yuk Keep Smile (YKS) Trans TV. *Komunikatif*, 3(2), 112-137. (<https://doi.org/10.33508/jik.v3i2.1392>)
- Micheli, M., Lutz, C., & Büchi, M. (2018). Digital Footprints: an Emerging Dimension of Digital Inequality. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 16(3), 242-251.
- Robin, P. (2014). Analisis Produksi Program Fashion “Ilook” di Net TV. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 121-136. (<http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v13i1.387>)
- Trisnawati, S. (2012). The Potential of Science Communication in the Cultural Change: Rhetoric and Context. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 1 (3), 109-119. ([http://www.ajssh.leena-luna.co.jp/AJSSHPDFs/Vol.1\(3\)/AJSSH 2012\(1.3-12\).pdf](http://www.ajssh.leena-luna.co.jp/AJSSHPDFs/Vol.1(3)/AJSSH%2012(1.3-12).pdf))
- Utami, N. K. S., & Gaol, D. F. L. (2018). Pengaruh Program Weekend List NET TV terhadap Tingkat Pengetahuan mengenai Tempat Wisata (Karyawan PT Duta Pertiwi Tbk). *PANTAREI*, 2(2). (<http://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/183>)
- Zulfiningrum, R. (2014). Spasialisasi Dan Praktik Konglomerasi Media Kelompok Kompas Gramedia. *Jurnal ASPIKOM*, 2(3), 140-153. (<http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v2i3.66>)

### **Tesis dan Skripsi**

- Bachtiar, A. D. (2018). *Pengaruh Terpaan Tayangan Jejak Petualangan di Trans 7 terhadap Minat Traveling (Studi pada Anggota Komunitas Backpacker Malang Raya)*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang) Diakses dari <http://eprints.umm.ac.id/40925>
- Sjöberg, A. (2017). *Influencing Brand Awareness Through Social Media: Bedesign Oy in Facebook and Instagram*. (Master's Thesis International Business Management, Arcada University, Helsinki)

Widayanti, H. (2005). *Proses Kreatif Research Writer Produksi Acara Televisi Swasta (Studi Deskriptif tentang Proses Kreatif Research Writer pada Acara PESTA di PT Indosiar Visual Mandiri Tbk.)*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta)

### **Situs Web**

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. “Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018”. Diakses pada 20 Desember 2019 pukul 13.00 (<https://apjii.or.id/survei2018s>)

Kompas.tv. “About Us”. Diakses pada 06 April 2019 pukul 13.00 (<https://www.kompas.tv/about-us>)

Kurniawan, R. O. “Menyelami Pengalaman 100 Hari Keliling Indonesia”. (Maret 2015). *Kompas.com*. Diakses pada 20 Mei 2019 pukul 09.00 (<https://travel.kompas.com/read/2015/03/26/175751327/Menyelami.Pengalaman.100.Hari.Keliling.Indonesia>)

Sarnia, P. “Mulai tahun ini, Kompas TV fokus jadi media berita”. (Januari 2016). *Kontan.co.id*. Diakses pada 7 Mei 2019 pukul 11.00 (<https://industri.kontan.co.id/news/tahun-ini-kompas-tv-fokus-jadi-media-berita>)

Schaap, J. (2016). “6 Audience Engagement Metrics That Matter Most”. *Crowdy News*. Diakses pada 20 Desember 2019 pukul 10.00 (<https://www.crowdynews.com/blog/the-6-real-audience-engagement-metrics/>)

Tanoso, H. “Strateginya Menggandeng TV-TV Lokal (2)”. (Oktober 2012). *Marketing.co.id*. Diakses pada 30 September 2019 pukul 22.00 (<https://marketing.co.id/strateginya-menggandeng-tv-tv-lokal-2/>)