

REFERENCES

- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). *Resume: Instrumen pengumpulan data*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sorong
- Anastasia, H., & Adjie, S. (2020). Strategi komunikasi pemasaran radio Maros FM dalam meningkatkan jumlah pendengar. *Journal of Communication Sciences*.
- Andien, M. S. A. (2024). *Strategi komunikasi dalam meningkatkan minat pendengar remaja pada Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Bandar Lampung* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. Repository UIN Raden Intan Lampung.
- Apriandi, N. D., Soleh, A., & Irwanto, T. (2023). Pengaruh penerapan AIDA (attention, interest, desire dan action) terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital*, 2(2), 189–202.
- Aprilia, S. R., Soraya, I., & Ariska, Y. (2025). Strategi komunikasi program Kampung Iklim dalam mendorong partisipasi generasi Z pada kegiatan sosial. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Broersma, M. (2019). Audience engagement. Dalam *The international encyclopedia of journalism studies*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0054>
- Conner, L. (2013). *Audience engagement and the role of arts talk in the digital era*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137023926>
- Dziak, M. (2021). *Reception theory*. EBSCO Research Starters. <https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and-humanities/reception-theory>
- Estaswara, H. (2021). Strategic communication dalam perspektif ilmu komunikasi. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*.
- Fisher, A. (2025). *Analyzing the audience for effective communication*. In *Oral Communication for INAG110*. University of Maryland Institute of Applied Agriculture. <https://umd.pressbooks.pub/inag110/chapter/5-audience-analysis/>
- Hamdi, M. F., Ismail, & Pratiwi, I. D. (2024). Strategi komunikasi penyiar dalam meningkatkan minat pendengar pada acara Melayu di Radio DIS FM Kota Tebing Tinggi.

- Harden, L., & Heyman, B. (2009). *Digital engagement: Internet marketing that captures customers and builds intense brand loyalty*.
- Holston, D. (2015). *Show me, don't tell me: Visualizing communication strategy*. HOW Books.
- Kurniawan, A., Khasanah, F., Dawami, Saleh, M. S., Hutapea, B., Muhammadiyah, M., Gustiawati, S., Windayani, M., Rukmana, A. Y., & Yusuf AR, M. (2023). *Teori komunikasi pembelajaran*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). *Penerapan attention, interest, desire, action (AIDA) terhadap komunikasi pemasaran kerajinan tangan*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 347–353. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6753835>
- Kustiawan, W., Taufiqurrohman, A., Anggianto, I., Tursina, I., Purba, N. L. T. B., & Ritonga, S. (2024). *Radio broadcasting basics (Broadcaster qualifications, broadcasting techniques, opening, bridging, closing, vocal techniques)*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Kustiawan, W., Wulandari, L., Fitri, H., Syafika, N., Siregar, R. L., & Hidayat, T. A. (2023). *Radio siaran dan peralatannya*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Lestari, A., & Santoso, B. (2021). *Pengaruh kredibilitas dan terpaan iklan Gojek versi "BTX – It's Okay to Be Lebay" di YouTube terhadap keputusan menggunakan jasa Gojek pada era new normal*. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(1), 37–47.
- Maharani, D. (2024). *Eksistensi influencer Tasya Farasya dalam meneguhkan keputusan pembelian produk skincare di TikTok*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Sumatera Utara.
- Maisyaroh. (2024). *Pengaruh iklan handphone Xiaomi di media sosial Facebook terhadap minat beli remaja SMPN 1 Kepenuhan Hulu*. *Journal of Communication Management and Organization*, 3(1), 32–44.
- Maisyaroh., Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022). *Pengaruh iklan Facebook terhadap minat beli siswa di Kabupaten Rokan Hulu*. *Journal of Social Media and Message*
- Matondang, K. A., Manihuruk, S. D., Sakinah, Ananda, Pakpahan, Y., & Sigalingging, R. E. (2025). *Strategi adaptasi industri kecil terhadap transformasi digital*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset*

Pendidikan. <https://jerkin.org/index.php/jerkin>

- Misbach, W., & Fitri, A. (2024). Strategi komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Jakarta dalam mempertahankan para pendengar (Analisis pada program siaran Mimbar Agama Islam). *JCI: Jurnal Cakrawala Ilmiah*.
- Mishra, J., & Mondal, S. (2022). *Audience analysis*. In *Educational Technology: Essentials, Approaches and Trends*.
- Nur, Y. R., Anom, E., & Iswadi. (2023). Communication strategy of broadcaster through visual radio broadcasting. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i9.4235>
- Nurmusabih, N. A. (2025). Karakteristik demografis dan psikografis audiens musik klasik Jakarta City Philharmonic Orchestra. *Ekspresi: Indonesian Art Journal*, 14(1), 55–64. <https://doi.org/10.24821/ekspresi.v14i1.15865>
- Pratama, M. B., & Sa'i, M. (2025). Pentingnya menganalisa audiens berdasarkan demografi dan situasi. *Jurnal Pendidikan Multidisiplin*, 1(2), 1–10.
- Salma, D. A., & Albab, C. U. (2023). Strategi konten TikTok @jpradarsemarang dalam meningkatkan engagement. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media dan Cinema*.
- Samuel, S. K. J. (2021). *Pengaruh attention, interest, desire, action (AIDA) terhadap efektivitas iklan Spotify*. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(2), 22–37.
- Setiawan, E. A. (2023). Kontrol diri terhadap pengambilan keputusan karier siswa. *Inovasi: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*.
- Siregar, M. D., & Partha, I. D. P. (2020). Mengatasi masalah belajar membaca melalui tutor di SD Negeri 2 Selong. *Jurnal Konseling Pendidikan*.
- Syifa, R. A. P. (2025). *Pemanfaatan media sosial Instagram dalam pemasaran Raja Foto Studio & Bridal Aksara Medan* (Undergraduate thesis, Universitas Islam Sumatera Utara).
- Tanjung, A. M. S., Naldo, J., & Riza, F. (2022). Strategi komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga dalam meningkatkan eksistensi minat pendengar. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*.
- Varey, R. J. (2002). *Marketing communication: Principles and practice*.

Routledge.

- Widiyanto, S., Mubasyira, M., & Ati, A. P. (2018). Penerapan English communication skill pada siswa SMP (The application of English communication skill at junior high school' students). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) IKIP Siliwangi*,
- Wulan, N. (2023). *Analisis bahasa jurnalistik radio pada pemberitaan program buletin berita di RRI Bengkalis* [Skripsi, Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. Repository UIN Suska Riau.
- Yasa, A. H. (2009). *Gaya bahasa penyiar program "The Happy Show" di Studio East Radio 88.1 FM Bandung*. [Skripsi, Universitas Komputer Indonesia]. Repository UNIKOM.
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi komunikasi organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*. <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
- Zulhadji, R. S., Londa, N. S., & Kalangi, J. S. (n.d.). *Peran media sosial Instagram @kotakotamobagu dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat pada tempat wisata di Kotamobagu*. Acta Diurna Komunikasi.
- Abidin et al. (2021) *Komunikasi strategik dalam pengurusan komunikasi organisasi: Definisi, pendekatan dan pelaksanaan*. *Jurnal Pengajian Media Malaysia (Malaysian Journal of Media Studies)*, 23(1), 49–64.