

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ambadar, J., Abidin, M., & Isa, Y. (2007). *Mengelola Merek* (D. Grafis (Ed.); 1st Ed.). Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Cangara, H. H. (2013). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Cetakan Ke). PT Raja Grafindo Persada.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business And E-Commerce Management: Strategy, Implementation And Practice* (Fourth Edi).
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business And E-Commerce Management: Strategy, Implementation And Practice* (Sixth Edit).
- Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Cet.2*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management* (8th Ed.). Ubs Publishers Distributors.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 2). Gelora Aksara Pratama.
- Kuswarno, E. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, Dan Contoh Penelitiannya*. Widya Padjajaran.
- Panuju, D. R. (2019). *Komunikasi Pemasaran Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran* (Pertama). Prenadamedia Group.
- Philip, K. (2004). *Marketing Management* (T. M. Edition (Ed.)). Prentice Hall.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding : Teori Dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis* (U. Press (Ed.)). UB Press.
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi Pemasaran Strategi Dan Taktik* (R. F. Sikumbank (Ed.)). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran : Era Digital*. Prisani Cendekia).
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands*. Penerbit Gramedia.
- Rhenald, K. (2007a). *Manajemen Periklanan : Konsep Dan Aplikasinya Di*

Indonesia. Pustaka Utama Grafiti.

- Rhenald, K. (2007b). *Membedik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Dan Positioning* (P. Utomo (Ed.)). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robert K, Y. (2015). *Case Study Research : Design And Methods* (5th Ed.). Sage Publication.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian : Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development* (Rusmini (Ed.)). Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (Pusaka).
- Soemanagara, R. (2012). *Strategic Marketing Communication Konsep Strategis Dan Terapan* (Cetakan Ke). Alfabeta, Cv.
- Suryana, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran* (4th Ed.). Universitas Terbuka.
- Susanto, A. B., & Wijarnako, H. (2004). *Power Brand ing: Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. PT. Mizan Publika Jakarta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran Edisi 4* (IV). CV. Andi Offset.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.

Jurnal

- Afif, A. R. (2020). *Strategi Personal Brand ing Penyiar Radio Di Kota Solo Melalui Media Podcast Pada Platform Spotify (Studi Kasus Terhadap Penyiar Radio Sekaligus Podcaster Di Kota Solo)*. Universitas Sebelas Maret.
- Alfamonka, B. Y. (2019). *Strategi Brand ing Kelompok Musik HIVI! Dalam Menghadapi Persaingan Industri Musik (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Brand ing Oleh Kelompok Musik HIVI! Dalam Menghadapi Persaingan Industri Musik)* [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <https://E-Journal.Uajy.Ac.Id/23928/>
- Annisa. (2018). *Analisis Strategi Brand ing 212 Mart Dalam Membentuk Brand Positioning* [Universitas Bakrie]. <https://Repository.Bakrie.Ac.Id/1755/>
- Bonini, T. (2015). The “Second Age” Of Podcasting: Reframing Podcasting As A New Digital Mass Medium. *Quaderns Del CAC* 41, 18, 21–30.
- Dalila, N., & Ernungtyas, N. F. (2020). Strategi *Storytelling, Spreadability* Dan *Monetization Podcast* Sebagai Media Baru Komedi. *Jurnal Riset Komunikasi JURKOM*, 3(2), 140–160.

- [Http://Jurnalrisetkomunikasi.Org/Index.Php/Jrk/Article/View/165/58](http://Jurnalrisetkomunikasi.Org/Index.Php/Jrk/Article/View/165/58)
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). *Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio*. *Kajian Jurnalisme*, 1(1), 90–104. [Http://Jurnal.Unpad.Ac.Id/Kajian-Jurnalisme/Article/View/10562/6395](http://Jurnal.Unpad.Ac.Id/Kajian-Jurnalisme/Article/View/10562/6395)
- Faradinna, N. (2020). *Peran Podcast Dalam Membangun Knowledge Society*. [Https://Library.Universitaspertamina.Ac.Id/Xmlui/Handle/123456789/1124](https://Library.Universitaspertamina.Ac.Id/Xmlui/Handle/123456789/1124)
- Hasiholan, L. B., & DJ, Y. R. (2019). Strategi *Positioning* Dalam Upaya Membangun *Brand*. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(2), 229–240. [Http://Jurnal.Unmuhjember.Ac.Id/Index.Php/PENELITIAN_IPTEKS/Article/View/2460/1924](http://Jurnal.Unmuhjember.Ac.Id/Index.Php/PENELITIAN_IPTEKS/Article/View/2460/1924)
- Heriyadi. (2018). Strategi *Positioning* Dalam Persaingan Bisnis (Points Of Difference Dan Points Of Parity). *AJIE - Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 3(3), 261–271. [Https://Journal.Uii.Ac.Id/Ajie/Article/View/10529](https://Journal.Uii.Ac.Id/Ajie/Article/View/10529)
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk *Consumer Goods* (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98. [Https://Journal.Untar.Ac.Id/Index.Php/Komunikasi/Article/View/49/54](https://Journal.Untar.Ac.Id/Index.Php/Komunikasi/Article/View/49/54)
- Nastain, M. (2017). *Brand ing* Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep *Brand ing* Dan Tantangan Eksistensi Produk). *Channel*, 5(1), 14–26.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Brand* Dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 1(1), 44–61. [Https://Doi.Org/Http://Dx.Doi.Org/10.10358/Jk.V1i1.538](https://Doi.Org/Http://Dx.Doi.Org/10.10358/Jk.V1i1.538)
- Panjaitan, J. E. R. (2021). Sosio-Demografi Dan Kepuasan Pengguna *Podcast* Di Indonesia. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1), 13–23. [Https://Www.Spektrum.Stikosa-Aws.Ac.Id/Index.Php/Spektrum/Article/View/155/63](https://Www.Spektrum.Stikosa-Aws.Ac.Id/Index.Php/Spektrum/Article/View/155/63)
- Radika, M. I., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi *Podcast* Dalam Mempertahankan Pendengar (Studikases Dalam *Podcast Do You See What I See*). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 96–106. [Http://Www.Jurnal-Umbuton.Ac.Id/Index.Php/Medialog/Article/View/699/554](http://Www.Jurnal-Umbuton.Ac.Id/Index.Php/Medialog/Article/View/699/554)
- Rahayu, A. M. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Visi Anak Negeri*

- Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Event Organizer*. UPN Veteran Jakarta.
- Rusdi, F. (2012). *Podcast Sebagai Industri Kreatif*. *Seminar Nasional Inovasi Dan Teknologi*, 91–94. [Http://Repository.Untar.Ac.Id/460/](http://Repository.Untar.Ac.Id/460/)
- Sabila, G. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Kuliner Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Untuk Mempertahankan Pemasukan Di Masa Pandemi Covid-19*. UPN Veteran Jakarta.
- Suarta, G. (2017). *Konsep Evaluasi Perencanaan Dan Terapannya Pada Program Penyuluhan*.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun *Positioning* Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29. [Https://Journal.Unpas.Ac.Id/Index.Php/Linimasa/Article/View/2754/1339](https://Journal.Unpas.Ac.Id/Index.Php/Linimasa/Article/View/2754/1339)
- Syarafina, W. N., Musyaffa, I. N., Ramadhana, M. R., & Puspitasari, P. A. (2021). Strategi Komunikasi *Podcast* Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital (Studi Kasus Pada *Podcast* Manusia Keju). *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 14–24. [Http://Massive.Respati.Ac.Id/Index.Php/Massive/Article/View/11](http://Massive.Respati.Ac.Id/Index.Php/Massive/Article/View/11)
- Yusanto, Y. (2019). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal Of Scientific Communication*, 1(1), 1–13. [Https://Jurnal.Untirta.Ac.Id/Index.Php/Jsc/Article/Download/7764/5253](https://Jurnal.Untirta.Ac.Id/Index.Php/Jsc/Article/Download/7764/5253)
- Zellatifanny, C. M. (2020). Tren Diseminasi Konten Audio On Demand Melalui *Podcast* : Sebuah Peluang Dan Tantangan Di Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(1), 117–132. [Https://Doi.Org/10.30818/Jpkm.2020.2050202](https://Doi.Org/10.30818/Jpkm.2020.2050202)

Web

- Eka, R. (2018). *Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018*. DailySocial.Id. <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018>
- Evandio, A. (2021). *Wah, Pendengar Podcast Meningkat 3 Kali Lipat*. Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210101/12/1337659/wah-pendengar-podcast-meningkat-3-kali-lipat>

Instagram Rapot. (2022). https://www.instagram.com/_rapot/

- Katadata.co.id. (2020). *Eksplorasi Potensi Bisnis Podcast di Kalangan Milenial*.
Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5f16e7a244a08/eksplorasi-potensi-bisnis-podcast-di-kalangan-milenial>
- Kumparan.com. (2020). Spotify: Pendengar *Podcast* di Indonesia Terbanyak se-Asia Tenggara. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/millennial/spotify-pendengar-podcast-di-indonesia-terbanyak-se-asia-tenggara-1tV7zdmCpV0/full>
- Namira, I. (2020, May 29). 7 Fakta Perkembangan *Podcast* di Indonesia, Makin Banyak Penggemarnya! *IDN TIMES*.
<https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/perkembangan-podcast-di-indonesia/7>
- Spotify.com. (2022). *Podcast—Arts and Entertainment*.
<https://open.spotify.com/genre/0JQ5DAqbMKFRCdce9Dl6ax>
- Suarane.org. (2019). *Survei Podcast Indonesia 2019*. Suarane.Org.