

DAFTAR PUSTAKA

- Anto, D. (1986). *Pengantar Metode Statistik II*. LP3ES.
- Briandana, R., & Irfan, M. (2019). Broadcasting Management: The Strategy of Television Production Configuring for Sustainability in the Digital Era. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 4(6), 1879–1886. <https://doi.org/10.22161/ijels.46.40>
- BUMN. (2020). *Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional*. BumN.Go.Id. <https://bumn.go.id/media/press-conference/komite-penanganan-covid-19-dan-pemulihan-ekonomi-nasional-wz>
- Djamal, H. (2017). *TV Programming sebagai Kesisteman untuk Meraih Jumlah Audiens Secara Optimal*. Kencana.
- Eriyanto. (2019). *Media dan Opini Publik Bagaimana Media Menciptakan Isu (Agenda Setting), Melakukan Pembingkai (Framing), dan Mengarahkan Pandangan Publik (Priming)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Fachrudin, A. (2014). Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 137–153.
- Ghony, D., & Almanshur, F. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Handoko, R. T. (2018). Strategi Produser dalam Meningkatkan Rating dan Share Program Talkshow Rumpi No Secret di Trans TV. *Jurnal Pantarei UBL*, 2(2).
- Indrajati, S. F., & Ruliana, P. (2020). Strategi Program Acara The Newsroom NET TV dalam Meningkatkan Rating Program. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Islam Riau*, 7(2), 66–77.
- Koentjaraningrat. (1983). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Gramedia.
- Mabruri, A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi: Format Acara Non-Drama*. Grasindo.
- Martha, K. E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. RajaGrafindo.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. UIP.
- Moleong, J. L. (1999). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morrisan, M. A. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Kencana Prenadamedia Group.

- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books.
- Panjaitan, E. L., & Iqbal, TM. D. (2006). *Matinya Rating Televisi*. Yayasan Obor Indonesia.
- Pratiwi, P. S. (2020). *Jokowi Imbau Masyarakat Bekerja dan Beribadah di Rumah*. CNN Indonesia.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200315141316-32-483586/jokowi-imbau-masyarakat-bekerja-dan-beribadah-di-rumah>
- Putra, A. P., Shintya, Z., & Arisanty, M. (2019). Strategi Programming Program “Metro Pagi Prietime” Dalam Mempertahankan Rating. *Jurnal Common*, 3(1), 1–25.
- Rahayu, S., & Sugihartono, R. A. (2018). Program Strategy of Hard News on Kompas TV. *Capture : Jurnal Seni Media Rekam*, 9(2), 56–71.
<https://doi.org/10.33153/capture.v9i2.2105>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarto. (2009). *Televisi, Kekerasan, dan Perempuan*. Kompas Media Nusantara.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. PT Rineka Cipta.
- Túñez-López, M., Vaz-álvarez, M., & Fieiras-Ceide, C. (2020). Covid-19 and Public Service Media: Impact of The Pandemic on Public Television in Europe. *Profesional de La Informacion*, 29(5), 1–16.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.18>
- Yufriadi, E. (2019). Strategi Dan Performa Program Kompas TV Dalam Menghadapi Persaingan TV Berita Pada Pilpres 2019. *Business Economic, Communication, and Social Sciences*, 1(1), 73–81.
- Zettl, H. (2010). *Television Production Handbook*. Wadsworth.