

## DAFTAR PUSTAKA

Rusli, Muhammad.2013.*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Berorientasi Praktis*. Madura: LP3M "Paramadani".

Munir, Muhammad, dan Illahi, Wahyu. 2006.*Manajemen Dakwah*.Jakarta:Kencana.

Faizah, dan Effendi.2006.*Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Halik, Ahmad.2013.*Komunikasi Massa*.Makassar:Alauddin University press.

Wahyuningsih, Sri.2013.*Metode Penelitian Studi kasus*. Madura: UTM Press.

[http://www.bbc.com/indonesia/laporan\\_khusus/2010/03/100312\\_mediainternet](http://www.bbc.com/indonesia/laporan_khusus/2010/03/100312_mediainternet), di akses 23 januari 2021.

Afdal, Muhammad.2014. *Strategi Manajemen RadioCBS 101 FM Dalam Menarik Minat Pendengar*.(Universitas Negeri Sultan Sarif Kasim Riau)(Online),(<http://scholar.google.co.id>, diakses tanggal 25 Oktober 2020)

Reza, Ivan.2015. *Strategi Manajemen Media Radio Pas FM Solo Dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar Untuk Menjaga Eksistensi Radio(Studi Deskriptif Kualitatif Deskriptif Strategi Manajemen Media)*.(Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta)(online),(<http://scholar.google.co.id>, diakses tanggal 25 Oktober 2020)

Pratama, Alif Wiji.2010.*Strategi Radio KomunitasIslam Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi kasus pada Radio Dais)107,9 FM*.(Skripsi Institut Agama Islam Negeri Walisongo)(online), (<http://scholar.google.co.id>, diakses tanggal 25 November 2020)

Nasution, Nurhasanah.2018.*Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital*.(Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)(online),(<http://scholar.google.co.id>, diakses tanggal 25 November 2020)

Pancawati, Nimas Parista, dkk.2018.*Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram dalam Era Digital*.(Jurnal Media of Communication and science Universitas 45 Mataram)(Online),(<http://scholar.google.ac.id>, diakses tanggal 25 November 2020)

- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein. 2001. *Strategi Manajemen In Action*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Athoillah, Anton. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. CV Pustaka Media.
- Ruslan, Rosady 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Ningrum, Fatmasari. 2007. *Sukses menjadi Penyiar, Scriptwriter & Reporter Radio*. Penebar Swadaya.
- Tasmara, Toto. 1987. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Morissan. 2008. *Manajemen public relations*. Kencana Prenada Media Group.
- Morissan.2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Kencana Pranada Media Group.
- Onong, Uchyana Effendy. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ariyanto, Budi. 2019. *Pengorganisasian Pesan Dakwah Da'i Selebriti Ustad Al-Habsyi*. (Jurnal Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung)
- Lisandi, Ahmad, Rian. 2014. *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku Pejuang Subuh Karya Hadi E. Halim*.(Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)(Online),(<http://scholar.google.ac.id>, diakses 14 Maret 2021).
- Muzdalifah, Siti. 2010. *Strategi Manajemen Marketing Pubic Relations Dalam Mempromosikan Jasa Siaran*.(Skripsi Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)(Online),(<http://scholar.google.ac.id>, diakses tanggal 14 Maret 2021).  
[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.e-jurnal.com/2014/02/pengertian-pesan.html%3Fm%3D1&ved=2ahUKEwiJ1p-V5ePuAhUyJaYKHSL7B4gQFjAQegQIKBAB&usq=AOvVaw1w5oXvHGloLCsR\\_y-zPqEy](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.e-jurnal.com/2014/02/pengertian-pesan.html%3Fm%3D1&ved=2ahUKEwiJ1p-V5ePuAhUyJaYKHSL7B4gQFjAQegQIKBAB&usq=AOvVaw1w5oXvHGloLCsR_y-zPqEy), diakses 12 Februari 2021)
- Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Moleong, j. Lexy. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rully Indrawan, p. y. (2017). *Metodologi Penelitian*.Bandung: PT. Refika aditama.
- Latifah, Nur. 2016. *Strategi Radio Lokal Dalam Upaya Memperoleh Minat Pendengar*. Cirebon. (skripsi).