

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Mutoyib. (2021). *Manajemen Master Control Room (MCR) Dalam Program Live Musik D'KLIP Di Riau Televisi (RTV)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Abimanyu Rhesa Agatha. (2020). *Urgensi Pengawasan Layanan Kontem Digital Over The Top (OTT) Di Indonesia*. Universitas Udayana.

Andi Fachrudin. (2014). *Strategi Program Tayangan Infotainment Di RCTI*. <https://www.neliti.com/id/publications/141919/strategi-program-tayangan-infotainment-di-rcti>

Bumiulin Adiwijaya. (2022). *Peran Media Planner Melalui Sosial Media DI Dalam Membangun Brand Awareness Di Cv. Media Visitama Communication*. Universitas Sebelas Maret. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/abstrak/54477/Peran-Media-Planner-Melalui-Sosial-Media-Di-Dalam-Membangun-Brand-Awareness-Di-Cv-Media-Visitama-Communication>

Dede Iskandar. (2014). *Iklim Komunikasi Organisasi Di Bagian Master Control Room (MCR) PT Mnc Sky Vision Tbk*. <https://www.neliti.com/id/publications/142440/iklim-komunikasi-organisasi-di-bagian-master-control-room-mcr-pt-mnc-sky-vision>

Desman Serius Nazara. (2021). *Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Nasional.

Devian Eko Rahmanto. (2014). *Strategi Komunikasi Account Executive Dan Media Planner Octa Advertising*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Diana. (2010). *Strategi Pemilihan Media Yang Efektif dalam Mengkomunikasikan Perusahaan pada Customer Di Panorama Tours*. Universitas Esa Unggul.

Erika Dwi Setya Watie. (2012). *Periklanan dalam Media Baru*. Universitas Semarang

Gestia Bannisa, Dina Dwika Oktora. (2022). *Strategi Promosi Program Drama Televisi One Last Change Melalui Sosial Media Instagram*. Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta.

Gestia Bannisa, Dina Dwika Oktora. (2022). *Strategi Promosi Program Drama Televisi One Last Change Melalui Sosial Media Instagram*. Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta.

Iga Desara, Velda Ardia. (2023). *Proses Perencanaan Media Di Advertising Agency PT. Citra Surya Indonesia Pada Brand Wardah*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jessica Nadya Hansiga. (2022). *Aktivitas Media Planner Pada Agensi Media Periklanan PT Inter Pariwisata Glonal (UM INDONESIA)*. Universitas Multimedia Nusantara.

Krishna Santosa Yusat. (2011). *Periklanan Dalam Perspektif Pemasaran*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satria Purwokerto.

Liliweri, A. (1992). *Dasar – dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Miqdad Ihtisyamuddin. (2017). *Mekanisme Kerja Media Planner dalam Perencanaan Media Iklan di PT. Media Kreasi Komunika (First Position Group)*. Universitas Sebelas Maret

Moehammad Gafar Yoedtadi, Zita Retno Hapsari. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Di Televisi Grup MNC*. Universitas Tarumanegara.

Muhammad Fathur Rheza. (2019). *Penerapan Sistem Promotion Mix pada Penjualan Sarapan Pagi Ketupat Gulai Pakih*. Universitas Internasional Batam

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rinkapati Swatriani. (2020). *Komunikasi Visual Pada Bumper Acara Televisi (analisis semiotika peirce pada acara “sarah sechan” Di Net TV*. Universitas Mercu Buana.

Santi Susanti, Wina Erwina. (2020). *Pesan Promosi Program Televisi dalam Akun Twitter @netmediatama*. Universitas Padjajaran