

LEMBAR

Judul Artikel Ilmiah : Marketing religious programs on television as a nonfavorite program: a study in Indonesia

Nama Pengusul : Prida Ariani Ambar Astuti

Jumlah Penulis : 4 (Prida Ariani Ambar Astuti, Antonius Widi Hardianto, M. Sarofi Sahrul Romadhon, Roel P. Hangsing)

Identitas Jurnal Ilmiah :

- a. Nama Jurnal : Journal of Islamic Marketing
- b. Nomor ISSN : 1759-0833
- c. Vol. No. Bln. Thn : Vol. 15.No 10. Juni 2024
- d. Penerbit : Emerald Publishing Limited
- e. Jumlah Halaman : 22 halaman

☒
☐
☐
☐

Jurnal Ilmiah Internasional Berputasi

Jurnal Ilmiah Internasional

Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi

Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi

Jurnal Ilmiah Terindex di DOAJ/lainnya

1. Hasil Penilaian Validasi :

No	Aspek	Uraian/Komentar Penilaian
1	Indikasi Plagiasi	Tidak terdapat indikasi plagiasi.
2	Linieritas	Jurnal ilmiah dan artikel ilmiah cukup linier dengan bidang ilmu pengusul, yaitu Ilmu Komunikasi.

II. Hasil Penilaian Peer Review:

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah (isi kolom yang sesuai)					Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Bereputasi	Internasional	Nasional Terakreditasi	Nasional Tidak Terakreditasi	Nasional Terindex DOAJ dll.	
Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal (10%)	38					3.8
Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	35					10.5
Kecukupan dan kemutakhiran data/ informasi dan metodologi (30%)	35					10.5
Kelengkapan unsur dan kualitas Penerbit (30%)	38					11.4
Total = (100%)						36.2
Kontribusi pengusul: (contoh: nilai akhir peer X Penulis Pertama = 18 X 60% = (nilai akhir yang diperoleh pengusul)						21.72
Komentar/ Ulasan <i>Peer Review</i> :						

Kelengkapan kesesuaian unsur	Wajib diisi dan dijelaskan secara rinci oleh peer (ditulis tangan) Pembahasan semua unsur sudah sesuai, dari judul, teori, metode, hasil, hingga pembahasan.
Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan	Wajib diisi dan dijelaskan secara rinci oleh peer (ditulis tangan) Artikel membahas topik strategi pemasaran program TV secara mendalam.
Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi	Wajib diisi dan dijelaskan secara rinci oleh peer (ditulis tangan) Penjelasan mengenai metode deskriptif kualitatif untuk menganalisa strategi pemasaran program TV religius dilakukan dengan cukup baik.
Kelengkapan unsur dan kualitas Penerbit	Wajib diisi dan dijelaskan secara rinci oleh peer (ditulis tangan) Penerbit adalah Emerald Group Publishing, dan jurnal merupakan jurnal ilmiah internasional terindeks Scopus Q2.

Tanggal Review, 9 Juli 2025
Penilai I

Deborah Nauli Simorangkir

Nama : Deborah Nauli Simorangkir
NIDN : 0304068001
Bidang Ilmu : Ilmu Komunikasi
Jabatan Akademik (KUM) : Guru Besar 850
Pendidikan Terakhir : S3 - Doctor of Philosophy

LEMBAR
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU *PEER REVIEW*
KARYA ILMIAH : JURNAL ILMIAH

Judul Artikel Ilmiah	: Marketing religious programs on television as a nonfavorite program: a study in Indonesia										
Nama Pengusul	: Prida Anani Ambar Astuti										
Jumlah Penulis	: 4 (Prida Anani Ambar Astuti, Antonius Widi Hardianto, M. Sarofi Sahrul Romadhon, Roel P. Hangsing)										
Identitas Jurnal Ilmiah	: <table border="0"> <tr> <td>a. Nama Jurnal</td> <td>: Journal of Islamic Marketing</td> </tr> <tr> <td>b. Nomor ISSN</td> <td>: 1759-0833</td> </tr> <tr> <td>c. Vol. No. Bin. Thn</td> <td>: Vol. 15 No 10. Juni 2024</td> </tr> <tr> <td>d. Penerbit</td> <td>: Emerald Publishing Limited</td> </tr> <tr> <td>e. Jumlah Halaman</td> <td>: 22 halaman</td> </tr> </table>	a. Nama Jurnal	: Journal of Islamic Marketing	b. Nomor ISSN	: 1759-0833	c. Vol. No. Bin. Thn	: Vol. 15 No 10. Juni 2024	d. Penerbit	: Emerald Publishing Limited	e. Jumlah Halaman	: 22 halaman
a. Nama Jurnal	: Journal of Islamic Marketing										
b. Nomor ISSN	: 1759-0833										
c. Vol. No. Bin. Thn	: Vol. 15 No 10. Juni 2024										
d. Penerbit	: Emerald Publishing Limited										
e. Jumlah Halaman	: 22 halaman										

Kategori Publikasi Jurnal Imiah
(beri $\checkmark$ pada kategon yang tepat)

- | | |
|-------------------------------------|--|
| ☒ | Jurnal Ilmiah Internasional Berputasi |
| ☐ | Jurnal Ilmiah Internasional |
| ☐ | Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi |
| ☐ | Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi |
| ☐ | Jurnal Ilmiah Terindex di DOAJ/lainnya |

1. Hasil Penilaian Validasi :

No	Aspek	Uraian/Komentar Penilaian
1	Indikasi Plagiasi	Tidak ada indikasi plagiasi
2	Linieritas	Artikel menunjukkan konsistensi dan linieritas yang tinggi antara judul, tujuan, metode, temuan dan simpulan

II. Hasil Penilaian Peer Review:

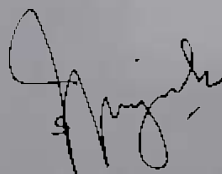
Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah (isi kolom yang sesuai)					Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Bereputasi	Internasional	Nasional Terakreditasi	Nasional Tidak Terakreditasi	Nasional Terindex DOAJ dll	
Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal (10%)	15					1,5
Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	30					9
Kecukupan dan kemutakhiran data/ informasi dan metodologi (30%)	30					9
Kelengkapan unsur dan kualitas Penerbit (30%)	25					7,5
Total = (100%)	100					27
Kontribusi pengusul: (contoh: nilai akhir peer X Penulis Pertama = 18 X 60% = (nilai akhir yang diperoleh pengusul)						16,2
Komentar/ Ulasan Peer Review :						

Kelengkapan kesesuaian unsur	Unsur - unsur utama dalam artikel (Judul, abstrak, tujuan, metode, temuan, implikasi, dan kesimpulan) sudah tercantum dengan baik dalam abstrak. Fokus artikel sesuai dengan tema kajian strategi pemasaran media lokal religius dan sesuai dengan ruang lingkup keilmuan komunikasi dan pemasaran Islam.
Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan	Artikel membahas strategi Content - programming, penetapan primetime, dan head slotting strategy, sudah menuntaskan cakupan pembahasan yang cukup. Kedalaman analisis strategi sudah cukup dan masih bisa diperluas.
Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi	Metodologi kualitatif deskriptif sudah tepat untuk eksplorasi strategi.
Kelengkapan unsur dan kualitas Penerbit	Secara umum sudah memenuhi struktur artikel ilmiah. Topik unik dan khas dengan fokus pada kajian komunikasi Islam, media lokal atau pemasaran Islam.

Tanggal Review, 10 Juli 2025
Penilai II

Nama
NIDN
Bidang Ilmu
Jabatan Akademik (KUM)
Pendidikan Terakhir

Dr. Siti Nurjanah, S.E., M.M.
0301057404
Manajemen Pemasaran
Sektor Kepala
G3



Dr. Siti Nurjanah, S.E., M.M.