



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV. Jejak.
- Ardianto, E. (2010). Metodologi Penelitian untuk Public Relations. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2018). DASAR-DASAR PUBLIC RELATION. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Argenti, P. A. (2013). Corporate Communication Sixth Edition. New York: Mc Graw Hill.
- Berger, R. (2018). Present-Day Corporate Communication. Singapura: Springer Nature.
- Carroll, C. E. (2013). The Handbook of Communication and Corporate Reputation. UK: John Wiley & Sons, Inc.
- Cornelissen, J. (2014). Corporate Communication A Guide to Theory & Practice. London: SAGE Publications Ltd.
- Creswell, J. W. (2013). Qualitative Inquiry & Research Design. United States: SAGE Publications.
- Gora, R. (2019). Riset Kualitatif Public Relations. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Kadji, Y. (2016). Metode Penelitian Ilmu Administrasi. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kriyantono, R. (2012). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Manzilati, A. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif: Pradigma, Metode dan Aplikasi. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi. Bandung: Rosda.
- Nurtjahjani, F., & Trivena, S. M. (2018). Public Relations: Citra & Praktek.

Malang: Polinema Press.

Riel, C. V., & Charles, J. F. (2007). *Essentials of Corporate Communications*.

Oxon: Routledge.

Siregar, Aditya P. 2013. *Sistem Manajemen Kompas Gramedia*. Jakarta: PT.

Gramedia.

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian*

*Gabungan*. Jakarta: KENCANA.

### **Artikel Online:**

Antara (2018). Terungkap Indonesia Punya Media Massa Terbanyak di Dunia. Februari, 10, 2018). Tempo.co. <https://nasional.tempo.co/read/1059285/terungkap-indonesia-punya-media-massaterbanyak-di-dunia>

Iswari, P. (News Presenter). (2018, Oktober 25). Kompas Gramedia Merebut Peluang di Era Dusrupsi. Jakarta: Kompas TV.

<https://www.kompas.tv/article/34679/kompas-gramedia-merebut-peluang-di-eradisrupsi-media>

Nielsen (2017, Juni 12). Media Cetak Mampu Mempertahankan Posisinya.

<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/media-cetak-mampumempertahankan-posisinya/>

Nurfadilah, Putri. S. (2018). Rhenald Kasali: Disrupsi Teknologi itu Pasti. November, 19, 2018. Kompas.com.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/19/202106526/rhenald-kasali-disrupsiteknologi-itu-pasti?page=all>

Sunjaya, J. (2019). Bertamu ke Kompas Gramedia: Raksasa Media Dalam Era Disrupsi Digital. Januari, 15, 2019. Kalibrr.

<https://www.kalibrr.com/advice/2019/01/brtamu-ke-kompas-gramedia-raksasamedia-dalam-era-disrupsi-digital>