

DAFTAR PUSTAKA

<https://awal.id/>

(Diakses Tanggal 20 Januari 2022, Pukul 16.56)

<https://www.smol.id/>

(Diakses Tanggal 24 Januari 2022, Pukul 11.45)

<https://nayantaka.id/>

(Diakses Tanggal 18 Januari 2022, Pukul 09.34)

“Otak Manusia Memang Haus Informasi”

<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/07/05/072900920/otak-manusia-memang->

[haus-informasi-](https://lifestyle.kompas.com/read/2019/07/05/072900920/otak-manusia-memang-). (Diakses Tanggal 13 Maret 2021, Pukul 16.42).

“Strategi Redaksi RIAU POS Dalam Meningkatkan Minat Pembaca Muda”

(Diakses Tanggal 31 Juli 2021, Pukul 14.35)”

“Bands and Branding in Media Management

https://www.researchgate.net/publication/264080995_Brands_and_Branding_in

[Media_Management-Toward_a_Research_Agenda](https://www.researchgate.net/publication/264080995_Brands_and_Branding_in)

(Diakses Tanggal 1 Agustus 2021, Pukul 18.22)

Budiasih, I. A. (2014). Metode Grounded Theory dalam Riset Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 9(1), 19-27.

Egan, T. M. (2002). Grounded Theory Research and Theory Building. *Advances in Developing Human Resources*, 4(3).

Fadhly, N. (2019). Strategi Komunikasi Pt Kereta Api Indonesia Melalui Social Media Untuk Membangun Opini Positif Di Mata Masyarakat. *Doctoral Dissertation Universitas Mercu Buana*.

- Handoko, H., & Swasta, B. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumber_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *JOM FISIP*, 4(2), 1-12.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kurniasih, N. (2017). Kebiasaan Membaca di Era Digital: Benarkah Masyarakat Indonesia Tidak Gemar Membaca? *INA-Rxiv Paper*, 1-4.
- Merriam, S., & Tisdell, E. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation. Fourth edition*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Prihatsanti, U. (2018). Menggunakan Studi Kasus Sebagai Metode Ilmiah Dalam Psikologi. *26(2)*, 126 – 136.
- Prihatsanti, U., Suryanto, & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 126 – 136.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rahmadhani, Y. (2017). Strategi Branding Portal Online www.tripriau.com dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau. *JOM FISIP*, 4(1), 1-15.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Equilibrium*, 5(9), 1-8.
- Setiowati, D., Cheril, R., & Sari, M. P. (2021). Pengaruh Perkembangan Digitalisasi Media Pada Portal Berita Kompas terhadap Minat Baca Masyarakat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Severine, W. J., & Tankard, J. W. (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah Metode dan Terapan di dalam media*, terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.

Syukria, H. (2020). Strategi Komunikasi FaktualNews.id dalam Menjaring Pengunjung Portal berita Online. *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*.