

Daftar Pustaka

Buku

- Adrian, J., & Maharani, N. (2018). Keberlangsungan Good News From Indonesia Sebagai Pelaku Jurnalisme Alternatif. *Kajian Jurnalisme*, 01(2), 115.
- Andhini, F. S. (2015). *Peranan Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan PT. KAI Commuter Jabodetabek*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Ardianto, E. (2009). *Public Relations : Pendekatan Praktis Menjadi Komunikator, Orator, Presenter*,. Bandung : Widya Padjajaran.
- Argenti, P. A. (2010). *Komunikasi Korporat*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori & Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Iriantara, Y. (2007). *Community Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.

Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online : Panduan Mengelola Media Online*.

Bandung : Penerbit Nuansa Cendekia.

Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta :

PT Rajagrafindo Persada.

Seitel, F. P. (2016). *Praktik Public Relations*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :

Alfabeta Bandung.

Non Buku

Capgemini. (2020). *Impact of the COVID-19 Outbreak on Media &*

Entertainment. Capgemini Holding.

Ginting, S., & Simamora, N. (2018). Peran Public Relations PT. Coca-Cola

Amatil Indonesia Medan dalam Membangun Citra Positif Perusahaan di

Kelurahan Martubung Kecamatan Medan Labuhan Kota Medan. *Jurnal*

Lensa Mutiara Komunikasi, 2(1), 3.

Ludwianto, B. (n.d.). *Strategi Public Relations PT. Tunas Bola dalam*

Membangun Citra Perusahaan. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.

Moffitt, M. A. (2001). Using the Collapse Model of Corporate Image for

Campaign Message Design. In *Handbook of Public Relations* (p. 347).

London : Sage Publications.

- Nurcahyo, Rahmat. Akbar, Mohammad Ilhamsyah., & Gabriel, Djoko Sihono. (2018). *Characteristics of Startup Company and Its Strategy: Analysis of Indonesia Fashion Startup Companies*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Oliver, S. (2007). *Public Relations Strategy (Second Edition)*. London : Kogan Page Limited.
- Sahar, A. (2014). *Fenomena New Media 9Gag (Studi Observasi Terhadap Penggunaan Situs 9Gag dan Meme Oleh Remaja)*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2015). *Public Relations : Strategies and Tactics, Global Edition*. New York : Pearson.
- Setyanto, Y., & Anggarina, P. T. (2017, September). Public Relations : Membangun Komunikasi Internal dalam Perusahaan. *KANAL (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 6(1), 59. : <https://doi.org/10.21070/kanal>

Situs Internet

- Badan Pusat Statistik. (2020, September 15). *Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha*. <https://www.bps.go.id/publication/2020/09/15/9efe2fbda7d674c09ffd0978/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha.html>
- Cahyani, D. R. (2020, Juni 17). *Pandemi Perusahaan Startup Ramai-Ramai PHK Karyawan*. Tempo.co. Retrieved Oktober 3, 2020, from

<https://bisnis.tempo.co/read/1354462/pandemi-perusahaan-startup-ramai-ramai-phk-karyawan/full&view=ok>

Jatmiko, A. (2020, Juli 9). *Survey KIC 50 Startup Digital Mampu Bertahan di Tengah Krisis*. Katadata.co. Retrieved Oktober 3, 2020, from <https://katadata.co.id/agungjatmiko/digital/5f072d3c9ccaf/survei-kic-50-startup-digital-mampu-bertahan-di-tengah-krisis>

Kamalia, P. (2020, Mei 11). *Berikut Daftar Startup Unicorn Indonesia Hingga Tahun 2020*. Daily Social. Retrieved Oktober 20, 2020, from <https://dailysocial.id/post/unicorn-indonesia-2020>

Katadata Insight Center. (2020, Juli 16). *Strategi Bertahan Startup Digital di Tengah Pandemi Covid-19*. Katadata.co.id. Retrieved Oktober 20, 2020, from <https://katadata.co.id/0/analisisdata/5f1a622e0cc46/strategi-bertahan-startup-digital-di-tengah-pandemi-covid-19>

Koesmawardhani, N. W. (2020, Maret 17). *Pemerintah Tetapkan Masa Darurat Bencana Corona hingga 29 Mei 2020*. Detik. Retrieved Oktober 20, 2020, from <https://news.detik.com/berita/d-4942327/pemerintah-tetapkan-masa-darurat-bencana-corona-hingga-29-mei-2020>

Rahman, A. F. (2019, Maret 17). *Peran Penting Startup Digital dalam Perekonomian Indonesia*. Detik. Retrieved Oktober 20, 2020, from

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4470822/peran-penting-startup-digital-dalam-perekonomian-indonesia>

Sebayang, R. (2020, Januari 31). *Awas! WHO Akhirnya Tetapkan Corona Darurat Global*. CNBC Indonesia. Retrieved Oktober 20, 2020, from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200131060856-4-134146/awas-who-akhirnya-tetapkan-corona-darurat-global>

Surabaya Youth. (2016, November 2). *Coffee Session with Akhyari Hananto*. Youtube. Retrieved Oktober 4, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=sYLHuZoQIBo>

Suteja, J. (2020, Juli 3). *Begini Cara Perusahaan Bertahan di Tengah Pandemi Tengah*. Berita Satu. Retrieved November 11, 2020, from <https://www.beritasatu.com/jaja-suteja/ekonomi/651775/begini-cara-perusahaan-bertahan-di-tengah-pandemi-covid19>

The Internet Advertising Bureau (IAB UK). (2020, July 23). *Brand's Handling of The COVID-19 Pandemic Will Impact Buying Habits*. IAB UK. Retrieved Desember 14, 2020, from <https://www.iabuk.com/news-article/brands-handling-covid-19-pandemic-will-impact-buying-habits>

World Health Organization. (2020). *Coronavirus*. Retrieved Desember 4, 2020, from https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_2

LAMPIRAN 1
INTERVIEW GUIDE

“Strategi *Public Relations* GNFI di Masa Pandemi COVID-19”

1. Bagaimana awal mula GNFI terbentuk?
2. Apa visi misi dari GNFI?
3. Pada masa pandemi COVID-19 apa yang dialami oleh GNFI?
4. Untuk mengetahui permasalahan yang dialami, apakah GNFI melakukan riset terlebih dahulu? Jika iya, bagaimana proses riset tersebut?
5. Bagaimana dampak pandemi COVID-19 dalam GNFI dari sisi bisnis?
6. Terkait masalah yang dialami, GNFI melakukan perencanaan apa?
7. Bagaimana GNFI melaksanakan program sesuai yang telah direncanakan?
8. Apa prioritas GNFI dalam menyusun program di masa pandemi?
9. Siapa saja yang dilibatkan dalam menangani masalah-masalah yang ada dalam masa pandemi?
10. Sudah berapa lama program-program yang dijalankan?
11. Bagaimana tingkat keberhasilan dalam melaksanakan program tersebut?
12. Bagaimana GNFI melakukan evaluasi suatu program dan berapa kali biasanya evaluasi dilakukan?

13. Apa saja kendala yang ditemui dalam melaksanakan program?
14. Apa yang dilakukan GNFI agar citra terjaga di mata publik?
15. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap program-program yang dijalankan oleh GNFI dan bagaimana respon mereka?
16. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap program yang dilakukan oleh GNFI?
17. Apakah terdapat strategi tertentu yang dilakukan GNFI untuk menjaga motivasi karyawan selama pandemi agar mencapai visi misi GNFI?