

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cutlip, S. M. A. Center. B. (2005). *Effective Public Relations*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Datuela, Agnes (2013) Strategi Public Relations PT Telkomsel Branch Manado Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *Journal Acta Diurna* (Vol. 11, No.1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/965/778> diakses pada 8 November 2022
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Bandung: Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi Remaja*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fitriyani, Ema. (2022) PTPN Buka-Bukaan Soal Lahan Tumpang Tindih, Termasuk Yang Ditempati FPI.
<https://kumparan.com/kumparanbisnis/ptpn-buka-bukaan-soal-lahan-tumpang-tindih-termasuk-yang-ditempati-fpi-1y9IzjrL91O/full/gallery/1> dikases pada 2 November 2023
- Hanafi, Sri Wahyuni A (2021) Strategi Humas Sekretariat Daerah Maluku Utara Melalui “Event Destinasi Batu Angus Naik Kelas”. *Skripsi*. Universitas Pasundan, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Bandung. Indonesia.
- Diperoleh melalui
https://repo.fisip.unpas.ac.id/js/pdfjs/web/viewer.html?file=../../repository//172050035%20Sri%20Wahyuni%20A.%20Hanafi_encrypt.pdf diakses pada 8 November 2022

Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Jefkins, F. (2002). *Public Relations* (Vol. 5). Jakarta: Erlangga.

Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Grafiti.

Kuswarno, Engkus. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran.

Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Nurlaili, Meiliza Mira (2022). Strategi Public Relations PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations di PT KAI Pasca Pandemi Covid-19). *Skripsi*. Universitas Pasundan, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Bandung. Indonesia.

Diperoleh melalui <https://repo.fisip.unpas.ac.id/js/pdfjs/web/viewer.html?file=../../repository//182050447%20Meiliza%20Mira-encrypt.pdf> diakses pada 12 Maret 2023

Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.

Parassa, H. (2018) Strategi Public Relations PT Vale Tbk Dalam Membangun Citra Perusahaan. *Skripsi* Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Dakwan dan Komunikasi, Makassar. Indonesia.

Diperoleh melalui <http://repositori.uinalauddin.ac.id/15904/1/STRATEGI%20PUBLIC%20RELATIONS%20PT%20VALE%20DALAM%20MEMBANGUN%20CITRA%20PERUSAHAAN.pdf> diakses pada 8 November 2022.

Ropingi, el ishaq. (2017). *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing.

- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikas*. PT Raja. Jakarta: Grafindo Persada.
- Salim, A. (2001). *Teori Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta DEEPUBLISH.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2019). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yani, Ardina Pera P (2021). Strategi PR Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Untuk Mempertahankan Citra Saat Pandemi Oleh Humas PT KAI (PERSERO) (Studi deskriptif kualitatif PR dalam mempertahankan citra perusahaan melalui media social Instagram @keretaapikita). *Skripsi*. Universitas Pasundan, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Bandung. Indonesia
- Diperoleh melalui
https://repo.fisip.unpas.ac.id/js/pdfjs/web/viewer.html?file=../../repository//172050135%20ARDINA_encrypt.pdf diakses pada 8 November 2022
- Yanti, A. V., & Wijaya, L. S. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PROGRAM INTERNASIONAL. *Scriptura*, 12(1), 43–57. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.43-57>