

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyoso, Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 8 Surabaya Gubeng yang Menggunakan Kereta Eksekutif “Bangunkarta” dengan Tujuan Surabaya Gubeng menuju Jakarta Gambir. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(4), 64–70. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Alipi, A. (2019). Komunikasi Eksternal Efektif Sebagai Kunci Keberhasilan Hubungan Masyarakat. *Ibriez : Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains*, 4(1), 21–30. <https://doi.org/10.21154/ibriez.v4i1.59>
- Amanda. (2020). Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *ADVISED (Journal of Advertising)*, 1(1), 1–135. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.280>
- Annisarizki. (2016). Peran Humas Pt. Pln (Persero) Apj Banten Utara Sebagai Proses Pemecahan Masalah. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2).
- Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 1(2), 249–268. <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n2.p249-268>
- Azis, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengguna Sim Card Telkomsel di Ampapa Kota). *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(1), 71–82. <https://doi.org/10.31970/trend.v7i1.174>
- Chairunnisa, S. &. (2019). Pengaruh Peran Humas Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Kereta Api Indonesia DAOP 1 Jakarta. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting, and Research*, 3(2), 44–54.
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Guzman, K. C., & Oktarina, N. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL UNTUK MENUNJANG CITRA LEMBAGA. *Fakultas Ekonomi*, 7(1), xxvii – xxviii. <https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>
- Hairunnisa. (2021). *Buku Ajar Pengantar Humas*. Indomedia Pustaka.
- Herlina, S. (2015). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*. 4(3), 493.

<https://doi.org/https://doi.org/10.33366/jisip.v4i3.132>

- Iqbal Harahap, M. (2018). *Perencanaan Komunikasi Eksternal Melalui Program Campus Relations Pt. Ikpp Tbk. Perawang Dalam Menjalin Hubungan Dengan Perguruan Tinggi Di Riau*.
- Ismaulidina, I., Hasibuan, E. J., & Hidayat, T. W. H. W. (2020). Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(1), 12–17. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.175>
- Kriyantono, R. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal* (1st ed.). KENCANA.
- Muhammad, A. M., Febrian, Y. A., S.P, M. A. Z., & Dutahatmaja, A. (2024). Pentingnya Hubungan Bisnis dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(5), 53–60.
- Musi, S. (2022). *Penulisan Kreatif Public Relations*. Nas Media Pustaka.
- Nasution, R. Y., & Sulaiman, F. (2022). Optimalisasi Public Rrelation Pada PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO). *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1230–1240.
- Ngato, F., Warouw, D., & Marentek, E. (2015). Optimalisasi tugas dan Fungsi Public Relation di PT. Nusa Halmahera Mineral (NHM) [Studi Program Cooperate Social Responsibillity (CSR) Pada Masyarakat Desa Sosel KEC. Malifut KAB. Halmahera Utara. *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, IV(1).
- Ningrum, W. W. (2016). Optimalissi Customer Relations Dalam Menumbuhkan Kepuasan dan Kepercayaan Customer PT Uangme Indonesia. In *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* (Vol. 4, Issue 2017).
- Panjaitan, R. (2018). *Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional*. Universitas Komputer Indonesia.
- Permatasari, I. (2023). *Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di PT. KAI DAOP 2 Bandung* [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/id/eprint/97913>
- Prianto, T. A., Suhartini, T., & Bandung, M. G. (2015). Optimalisasi Peran Public Relations Di Museum Geologi Bandung (Pendekatan Manajemen Komunikasi). *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, II(1), 53–62.

- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2024). *Profile Perusahaan*. Situs Resmi PT Kereta Api Indonesia. https://www.kai.id/corporate/about_kai/
- Purnomo, A. (2018). Pelaksanaan Kebijakan Komunikasi Organisasi Pemerintahan di Indonesia. *Jurnal Noken*, 3(2), 2018.
- Putri Syamsiah handayani. (2018). Aktivitas humas dalam menjaga reputasi perusahaan (studi pada humasda pt kereta api indonesia (persero) divre iii palembang). *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. <http://repository.unsri.ac.id/id/eprint/12812>
- Rachamawati, A. (2014). *PROSES HUMAS PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 2 BANDUNG DALAM MENSOSIALISASIKAN PERATURAN LARANGAN BERJUALAN DI AREA STASIUN DI KOTA BANDUNG*.
- Romadhan, R. C. (2021). Kedudukan Hukum Badan Usaha Milik Negara Sebagai Anak Perusahaan Dalam Perusahaan Holding Induk. *Media Iuris*, 4(1), 85. <https://doi.org/10.20473/mi.v4i1.23669>
- Rosalina, L., Syukron Anshori, M., Raya, J., Maras, O., Alang, B., Hulu, K. M., Sumbawa, K., & Tenggara, N. (2023). Analisis Aktivitas Media Relation dalam Model Public Relations (Studi Kasus pada Biro Humas Universitas Teknologi Sumbawa). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(3), 113–128. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i3.942>
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Muzakkir (ed.); 2nd ed.). Pusaka Almaida.
- Sihombing, M. R. (2022). Kepastian Hukum Permohonan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang (PKPU) Terhadap Anak Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) (Studi Putusan Nomor 15/Pdt.Sus-PKPU/2019/PN Niaga Medan). In *Repository Universitas HKBP Nommensen* (Vol. 7, Issue 2). <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5998>
- Sitepu Lauren Yohana. (2024). *Analisis Dan Persepsi Pengguna Media Sosial @Keretaapikita Dalam Meningkatkan Layanan Dan Komunikasi Upaya dalam Membangun Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Pada PT Kereta Api Indonesia*.
- Sultoni, M. H. (2019). Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan). In *Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals* (Vol. 06, Issue 03).
- Sunuantari, M. (2012). Penerapan Budaya Perusahaan Dalam Pembentukan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan. *Journal Communication Spectrum*, 2(1), 43–62.

- Suryanegara, R. H., S. (2022). Strategi Manajemen Komunikasi Yayasan Pendidikan (Studi pada Yayasan Pendidikan Islam Uswatun Hasanah Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 01, 12–24. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/599>
- Suryani, E. (2021). Strategi Public Relations Pt Kai Dalam Meredakan Sentimen Negatif Publik Terkait Isu Pelecehan Seksual Di Atas Krl. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.35308/source.v9i1.7008>
- Toha Ma ' sum, N. R. (2022). Strategi Peningkatan Citra Sekolah MEelalui Optimalisasi Peran humas di SMPN 2 Ngetos Nganjuk. *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14–22.
- Umar Sidiq, M. M. C. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE> PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf
- Wahid, A. (2023). *Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga*. Fatiha Media. [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19612/1/Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19612/1/Strategi%20Membangun%20Citra%20dan%20Kinerja%20Lembaga.pdf)
- Wulandari, T. M., & Widyasanty, G. (2021). Strategi Public Relations dalam Membangun Citra STIKOM InterStudi. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 72–81. <https://doi.org/10.25008/parahita.v2i2.71>
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Zakharis, P. F., Lionardo, A., Bafadhal, O. M., Masyarakat, K. H., & Humas, B. (2020). *Divisi Regional Iii Palembang Dalam Membangun Citra Transportasi Modern Light Rail Transit (Lrt)*. 2(2), 36–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.47753/kaghas.v2i2.31>