

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, A. L. (2016). Strategi *Media Relations* Hotel Grand Darmo Suite Surabaya Dalam Mengelola Publisitas Di Media Massa. *E-Komunikasi*, IV, 1–11. <https://media.neliti.com/media/publications/78791-ID-strategi-media-relations-hotel-grand-dar.pdf>
- Aulia Rahmi, D. (2023). *Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Dan Reputasi Organisasi: Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. December, 1–14.
- Batoebara, M. U., & Zebua, D. (2021). Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan. *Network Media*, 4(2), 20–39. <https://doi.org/10.46576/jnm.v4i2.1403>
- BUMN. (2024). *Tentang Badan Usaha Milik Negara BUMN*. <https://www.bumn.go.id/profil/landing-page>
- Cahayani, F. Y., & Amalia, D. (2024). Strategi public relations PT semen indonesia (persero) tbk melalui program corporate social responsibility (CSR) dalam mempertahankan citra perusahaan. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1160–1171. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i3.3864>
- Corrylia Almira Rahma Raissa, & Ahmadi, D. (2022). Kegiatan *Media Relations* Dalam Mempertahankan Citra Positif. *Jurnal Riset Public Relations*, 59–66. <https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.1087>
- Dwiyanti, U., Auli, M., Cahyanto, H., & Safaruddin, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Membangun Citra Pada Divisi Humas Pt.Semen Baturaja Tbk. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 4(1), 11–25. <https://doi.org/10.54895/jkb.v4i1.1928>
- Guna, S., Gelar, M., & Sosial, S. (2024). *Implementasi nilai-nilai dakwah islam dalam bentuk pelayanan driver jeggboy & jeggirl terhadap konsumen tahun 2023 skripsi*.
- Halin, H. (2028). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang*. 3, 167–182. <http://www.kemenprin.go.id/pasokan->
- Kadarudin, Husni Thamrin, & Arpina. (2021). Peran dan Hak Masyarakat Dalam Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Menurut Undang Undang No 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. *Collegium Studiosum Journal*, 4(2), 55–63. <https://doi.org/10.56301/cs.j.v4i2.479>

- Kirana Ambarwati. (2009). *PERAN DAN STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA (Studi Deskriptif Pada PT. (PERSERO) Angkasa Pura I Kantor Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto)*. 20.
- Komarudin. (2014). Peran *Media Relations* dalam Meningkatkan Citra PT.Mizan Publika. *Komunikasi Penyiaran Islam*, 1–111. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26295/1/KOMARUDIN-FDK.pdf>
- Kusdinar, Y. I. (2020). Pola Komunikasi Organisasi Karyawan Start Up PT. Exaditama Teknologi Kreativa Melalui Media Teknologi Komunikasi “ Slack “. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(2), 14–26. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v11i2.209>
- Lestari, D. P., Yusuf, M., & Taqwa, R. (2021). Persepsi Citra Perusahaan Pertambangan Pt. Baturona Adimulya Melalui Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Sains Dan Teknologi: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Teknologi Industri*, 21(1), 29. <https://doi.org/10.36275/stsp.v21i1.362>
- MD. Rahadhini. (2010). Peran public relations dalam membangun citra perusahaan melalui program corporate sosial responsibility. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(8), 13.
- Meglian, M., Nugraheni, Y., & Djoko, D. (2016). Strategi *Media Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk Dalam Menjaga Citra Positif Pada Kasus Proyek Pembangunan Pabrik Semen di Rembang. *Komunikatif*, 5(1), 70–92.
- Miarta, Z. A. (2020). *Strategi Komunikasi Program Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus Strategi Komunikasi Program Corporate Social* <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/83371/Strategi-Komunikasi-Program-Corporate-Social-Responsibility-dalam-Meningkatkan-Citra-Perusahaan-Studi-Kasus-Strategi-Komunikasi-Program-Corporate-Social-Responsibility-CSR-IKT-Peduli-PT-Indonesia-Kendaraan-Te>
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi*.
- Nailla Mariska Alhumaira. (2023). *Fungsi media relation dalam public relation. June*.
- Nur Hidayah. (2012). *IMPLEMENTASI KAMPANYE PARIWISATA MUSEUM*.
- Nurul Jannati Rochmah. (2015). Tantangan dan KesempatanPraktisi Public Relations MenghadapiDinamika Era Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, VI(2), 131–141.

- Oktafianti Eka Putri. (2024). *Penerapan sustainability balance scorecard sebagai penilaian kinerja lingkungan PT. Semen Baturaja Tbk selama masa pandemi. 1*, 37–48.
- Pandu Tri wahyuda. (2024). Peningkatan kapasitas mahasiswa magang dalam program“ BUMN goes to campus” studi kasus: PT Semen Baturaja Tbk. *Lentera Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–19.
- Patonah, I., Sambella, M., & Az-Zahra, S. M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Kombinasi (Mix Method). *Pendas: Jurnal Ilmiah ...*, 08(1989), 5378–5392. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/11671>
- PT Semen Baturaja Tbk. (2024). *PT Semen Baturaja Tbk*. <https://semenbaturaja.co.id/profil-perusahaan/>
- Rachman, T. (2018). Manajemen Pemasaran. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- 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>
- Safitri, L. N., Kemala, I., & Aslati. (2019). Manajemen Krisis Public RelationsPt. Indah Kiat Pulp and Paper Tbk (Ikpp) PerawangTerhadap Berkembangnya Isu Pencemaran Lingkungan. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1), 29–36.
- Saputro, A. R. (2012). *Media Relations Sebagai Upaya Pembentukan Citra Positif*. 196. perpustakaan.uns.ac.id
- Saputro, T. O. (2019). Implementation Of The Function Of The Public Relations In Sleman. *Jurnal Henata Widya*, 8(3), 87–97.
- Savira Chesaria. (2019). *Strategi Media Relations Dalam komunikasi corporate sosial responsibilty kampung berseri astra. 1*, 41–49.
- SIG. (2024). *Semen Indonesia Group*. <https://www.sig.id/tentang-kami>
- Soebianto, A. (2014). E-Journal Graduate Unpar Part A : Economics E-Journal Graduate Unpar Part A : Economics. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(1), 14–37.

- Triwindari, A. R. I. (2016). Peran Humas Dalam Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility Pt . Semen Baturaja (Persero) Tbk Kertapati. *Skripsi*, 140.
- Tyasari, A. A., & Ruliana, P. (2021). Model Komunikasi Coorporate dalam Membangun Citra Perusahaan. *CARAKA: Indonesian Journal of Communications*, 2(1), 27–42. <https://doi.org/10.25008/caraka.v2i1.54>
- W, M. D. A. (2020). Peran Media Dalam Pelestarian Lingkungan Di Kota Jayapura. *Jurnal JENDELA*, 8(2), 59–72. <https://ojs.ustj.ac.id/jendela/article/view/807>
- Widyasari, I., & A., A. L. (2020). Strategi *Media Relations* Greenpeace Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Organisasi. *Communication*, 11(2), 143. <https://doi.org/10.36080/comm.v11i2.1171>