

DAFTAR PUSTAKA

- Agung. (2024). Pentingnya menjaga citra perusahaan. *LANDMARK: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 37–42.
- Annur, C. M. (2023). *Meski trennya turun, media online tetap jadi sumber berita utama masyarakat Indonesia*. Katadata. Retrieved from <https://katadata.co.id>
- Argenti, P. A. (2010). *Komunikasi korporasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Aszhari, A. (2024). *Kaleidoskop 2024: Deretan merek dan mobil baru yang jejal pasar otomotif Indonesia*. Liputan6. Retrieved from <https://www.liputan6.com>
- Badusah, J. (2000). *Asas-asas komunikasi dalam pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 1–107.
- Bourguignon, B., Terho, H., & Hajjem, A. (2025). How B2B social media content strategies generate engagement across different social media platforms. *Industrial Marketing Management*, 125, 413-430.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daryanto. (2011). *Media pembelajaran: Peranannya sangat penting dalam mencapai tujuan pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Diandra, M. P., Sumartias, S., & Setianti, Y. (2024). Strategi media relations PT Prima Praxis Komunika dalam menghasilkan publikasi di media massa. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 6(2), 130-142.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKis.
- Ganiem, R., & Kurnia, E. (2019). *Komunikasi korporat: Konteks teoretis dan praktis*. Jakarta: Prenadamedia.
- Halimatussa'diyah, S. (2019). Strategi media relations Comm & CSR PT Pertamina RU II Dumai dalam meningkatkan publisitas di media massa. *JOM FISIP*, 6(2), 1-11.

- Hamali, Arif Yusuf. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2000). *Consumer behavior: Building marketing strategy (9th ed.)*. Boston: McGraw-Hill.
- Hidayat, D. (2014). *Media public relations: Pendekatan studi kasus cyber public relations sebagai metode kerja PR digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ilaf, N., & Candrasari, S. (2022). Strategi media relation PT XL Axiata Tbk dalam menjalin hubungan baik dengan media massa. *Professinal: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 9(1), 1-8.
- Imran, A. (2017). *Komunukasi Krisis*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Iriantara, Y. (2019). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik (Edisi Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Iswara, N. D., Uljanatunnisa, & Mahdalena, V. (2020). Strategi media relations dalam launching produk Vivo S1 periode Juli 2019 (Studi kasus PT Srikandi Imaji Lintaskreasi). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 9(1).
- Jefkins, F. (2003). *Public relations* (D. Yadin, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA. (2024). Tingkatkan Daya Saing Industri Otomotif Nasional, Pemerintah Dorong Peningkatan Local Content Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai [Siaran Pers No. HM.4.6/48/SET.M.EKON.3/02/2024]. Jakarta: Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Politik*. Jakarta: Kencana.
- Kurnia, S. (2017). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Lesly, Philip. 1991. *Lesly's Handbook of Public Relations and Communications*. Chicago, Illinois: Probus Publishing Company.
- Lutpiyah, L. (2023). Digital Media Relations Revlon Indonesia dalam Mengembalikan Citra Positif. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 8(2), 129-144.

- Mahrani, D. K., & Puryanti, D. (2023). Analisis strategi komunikasi korporat terhadap keberhasilan organisasi dalam manajemen bisnis. *Jurnal Andromeda*, 1(2), 51-56.
- Makmur, R. (2019). *Media Relations di Balik Layar: Praktik, Tips, dan Teori*. PT Kompas Media Nusantara.
- Musi, S., dkk. (2022). *Penulisan Kreatif Public Relation*. Yogyakarta: Nas Media Pustaka.
- Naqqiyah, M. S. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Media Online CNN Indonesia.com dan Tirto.id Mengenai Kasus Pandemi Covid-19. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(01), 18–27.
- Nurusyifa, D., Hafiar, H., & Priyatna, C. C. (2024). Analisis sentimen terhadap brand Daihatsu berdasarkan pemberitaan online pada Maret 2023. *Journal of Digital Communication Science*, 2(1), 10-11.
- Padilah, R., Rahmat, A., & Nugraha, A. R. (2023). Strategi media relations konsultan public relations dalam membentuk brand image klien. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 192-215.
- Priandono, T. E. (2023). *Modern Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Puspitasari. (2019). *Komunikasi Krisis*. Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia.
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik online: Panduan praktis mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Saputra, W., & Nasrullah, R. (2014). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata Publishing.
- Smith, Ronald D. (2017). *Strategic Planning For Public Relations* (fifth ed.). New York: Routledge
- Soedarsono, D., Suparmo, L. (2020). *Sistem Manajemen Komunikasi Teori, Model, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suparno, B. A., Muktiyo, W., & Susilastuti, R. R. D. N. (2016). *Media komunikasi: Representasi budaya dan kekuasaan*. Surakarta: UNS Press.
- Syahputra, I. (2019). *Media Relation: Strategi, Praktik, dan Media Intelijen*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Wibowo, A., Saktisyahputra, & Susanto, R. D. (2021). Strategi Komunikasi Korporat Dalam Upaya Peningkatan Komunikasi Internal Dan Citra Perusahaan. *Jurnal Lugas*, 5(2), 125-132.

