

Daftar Pustaka

- Adriza. (2015). *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi yang Berbasis Vokasi: Dilengkapi dengan Hasil Penelitian Menggunakan SEM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Anggoro, M. L. (2000). *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Annur, C. M. (2023, May 04). *Katadata Media Network*. From databoks.datakata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Argenti, A. P. (2010). *Komunikasi Korporat (Ke-5)*. Jakarta: Salemba humanika.
- Atmaja, S., & Dewi, R. (2018). Komunikasi Organisasi (Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis). *Inter Komunika, Jurnal Komunikasi*, 192-206.
- Azizah, N. Z., & Ilfandy, I. A. (2019). Proses Public Relations Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram @Keretaapikita. *Jurnal Performance*, 19-27.
- Becker, H. (1989). Tricks Of The Trade. In N. k. Denzin, & Y. S. Lincoln, *Handbook Of Qualitative Research* (p. 3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cook, T., & Campbell, D. (1978). *Quasi Experimentation Design and Analysis Issues For Field Settings*. Chicago: Rand McNally.
- Cornelissen, J. (2017). *Corporate Communication: A Guide to Theory & Practice*. London: SAGE Publications.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information Richness : A New Approach To Managerial Behaviour and Organization Design. *Research In Organizational Behaviour*, 191-233.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Strutral Design. *Management Science*.
- Denzin, N. k., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook Of Qualitative Research (Dariyanto dkk, Terjemahan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Febriyanti, D. (2013). peran corporate comunication PT Krakatau Steel (Persero), Tbk. dalam upaya mempertahankan citra positif perusahaan. . *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (1).

- Ganiem, L. M., & Kurnia, E. (2019). *Komunikasi Korporat: Konteks Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Herdioko, J., & Widya, P. (2019). Analisis Pengaruh Sikap, Desain Tampilan, dan Citra Situs terhadap Minat Belanja pada Situs Belanja Daring Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Modus*, 48-60.
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia*. Surabaya: Jagad Publishing.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Utomo Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jorgensen, W., & Hanitzsch, T. (2020). *The Handbook of Journalism Studies; 2nd Edition*. Routledge.
- Kriyanto, R. (2014). *Teori public relations perspektif barat dan lokal: aplikasi penelitian dan praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Manik, D. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt. Astra Internasional-Medan. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, Vol.3., 6.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methodes*. Newbury Parak, CA: Sage.
- Murnan, Yulianto, K., & Umar. (2022). Evaluasi Kinerja Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Lombok Timur Berbasis ISO 9001:2015. *Jurnal Ranah Publik Indonesia*, 131-149.
- Nababan, S. (2020). Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial (Studi Kasus Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, Volume 4 Nomor 1.
- Nababan, S. (2020). Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial (Studi Kasus Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, hal. 1-15.
- Nelson, C., & DKK. (1992). Cultural Studies. In N. k. Denzin, & Y. S. Lincoln, *Handbook Of Qualitative Research* (p. 3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., & Komariah, K. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pengandaran). *ALMUNIR: Jurnal Komunikasi dan penyiaran islam*, Vol. 11, No. 01, 48-59.

- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Purwandini, D., & Irwansyah. (2018). KOMUNIKASI KORPORASI PADA ERA INDUSTRI 4.0. *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 17, No. 01, Hal. 53-63.
- Purworin, & Dian. (2014). Model Informasi Publik Di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori Di Pemda Sukoharjo. *KomuniTi*, Vol. 6, No. 1.
- Purworini, D. (2014). Model Informasi Publik Di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori Di Pemda Sukuharjo. *KomuniTI*, Vol. 6. No. 1.
- Redaksi. (2023, July). *Redaksi Lombok timur*. From OpsiNTB.com: <https://www.opsintb.com/2023/07/citra-pdam-lombok-timur-sedang-tidak-baik.html?m=1>
- Ruliana, P., Lestari, P., & Andrini, S. (2019). Model Komunikasi Korporat Sari Ater Hotel & Resort Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Aspikom*, Vol. 4, No. 01, 60-82.
- Sahoo, S., & Mohapatra, J. (2019). *Online Public Relations: Use of Website and Social Media by State PSUs in . International Journal of Communication and Media Studies (IJCMS)*, Vol. 9, No. 2, Hal. 9–22.
- Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). Peran Pubic Reltions Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @puskesmascilincing). *Jurnal Lugas*, Vol. 4, No. 1, 9-16.
- Sophia, U., & Noviwinti. (2019). Pemetaan Media Massa Dan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Pada Pilkada Kota Tanjungpinang 2018. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, Vol. 2, No. 2, 184-201.
- Sugandika, A. W. (2023, January 6). *Lotim Bangkit*. From TribunLombok.com: <https://lombok.tribunnews.com/2023/01/06/bupati-lombok-timur-tunjuk-marhaban-sebagai-plt-dirut-pdam>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan cuaca Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional*. Bandung: Alfabeta.
- Triwilopo, S. (2016). PENGARUH COMMUNITY SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 90-101.
- Tyasari, A. A., & Ruliana, P. (2021). Model Komunikasi Cooperate dalam Membangun Citra Perusahaan. *CARAKA: Indonesian Journal of Communications*, 27-42.

- Tyasari, A. A., & Ruliana, P. (2021). Model Komunikasi Corporate Dalam Membangun Citra Perusahaan. *CARAKA: Indonesian Journal of Communications*, Vol. 2, No. 1, 27-42.
- Tyasari, A. A., & Ruliana, P. (2021). Model Komunikasi Corporate Dalam Membangun Citra Perusahaan. *CARAKA: Indonesian Journal of Communications*,, 27-42.
- Wibowo, A., Saktisyahputra, & Susanto, R. D. (2021). Strategi Komunikasi Korporat Dalam Upaya Peningkatan Komunikasi Internal Dan Citra Perusahaan. *Jurnal Lugas*, 125-132.
- Wijaya, S., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Belanja Daring terhadap Corporate Image (Studi Pada Pelanggan Perusahaan JD. id). *Prologia*, 503-509.