

DAFTAR PUSTAKA

- 10 Alasan Hotel Dekat Malioboro Cocok untuk Menunjang Petualanganmu di Jogja.* (n.d.). Retrieved October 18, 2024, from <https://www.suara.com/lifestyle/2024/03/04/111932/10-alasan-hotel-dekat-malioboro-cocok-untuk-menunjang-petualanganmu-di-jogja>
- Ardianto. (2019). Pengaruh Persepsi Program Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Pt Petrokimia Gresik. *Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani*, 53(9), 17.
- Baharuddin, A., Kasmita, M., & Salam, R. (2017). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta. *Jurnal Ad'ministrare*, 3(2), 107. <https://doi.org/10.26858/ja.v3i2.2571>
- Citra, A., Citra, P., & Sach, M. G. (2007). *BAB II TINJAUAN LITERATUR A. Citra 1. Pengertian Citra*. 10–34.
- Citriadin, Y. (2020). Metode penelitian kualitatif (suatu pendekatan dasar). In *Sanabil Creative*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Claretta, D., Putri, E. P., Yuniati, L., & Rahmawati, I. (2022). Strategi Public Relations Teh Villa Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(1), 172–179. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.280>
- HILAL, R. (2011). *Kajian Teori Pengertian Hotel*. 6–20.
- Hotel Bintang 3 Artinya Apa? Ini Beda Klasifikasi Hotel Berbintang | kumparan.com.* (n.d.). Retrieved May 10, 2025, from

<https://kumparan.com/viral-food-travel/hotel-bintang-3-artinya-apa-ini-beda-klasifikasi-hotel-berbintang-1yJwEGtKWrg/3>

Ii, B. A. B. (2001). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA A. Hotel. November 2017.*

<https://hotelbaik.com/definisi-hotel-menurut->

Ii, B. A. B., Teori, A. K., & Komunikasi, S. (2018).

Ii, B. A. B., Komunikasi, A. S., & Komunikasi, P. S. (n.d.). *No Title.* 13–35.

Ii, B. A. B., Komunikasi, A. S., & Komunikasi, P. S. (2018). *Hafted Cangara, Edisi Revisi Perencanaan dan Strategi Komunikasi , (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), h. 64. 37. 37–62.*

Khairunisa, W., & Awalina, S. P. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS SMAN 10 KOTA BOGOR DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM Nivedana : Journal of Communication and Language Nivedana : Journal of Communication and Language.* 5(4), 624–637.

Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). *Journal GEEJ*, 7(2), 11–39.

Positif, C., Strategy, C., & Image, P. (2024). *Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Public.* 06(01).

Prabowo, K. A. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PADA PROGRAM PANDA CLICK! WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF-INDONESIA) PROGRAM KALIMANTAN BARAT.* 1–12.

Pusdatin Kemenparekraf Republik Indonesia. (2023). *Statistik kepariwisataan Indonesia. 2023.* <https://kemenparekraf.go.id/>

- Rahmawati, S., & Andrini, S. (2023). Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Summertide Melalui Perubahan Kemasan Ramah Lingkungan. *Jurnal Audience*, 6(2), 237–254. <https://doi.org/10.33633/ja.v6i2.8553>
- Sebagai, S., Informasi, M., Yulianti, D., Kusumaningrum, R., Oxygentri, O., Studi, P., Komunikasi, I., Karawang, U. S., Timur, T., & Barat, J. (2024). *Universitas Dharmawangsa Universitas Dharmawangsa*. 2, 124–138.
- Shafira, A. (2024). Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan DIY Dalam Mensosialisasikan Gerakan Selamatkan Pangan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi Volume*, 9(3), 671–685.
- Wahyu, T. (2024). *Strategi Komunikasi dalam membangun citra perusahaan PT Arutmin Indonesia melalui program corporate sosial responsibility*. 32802000140.