

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2012). *Manajemen Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Abidin, Z., Nursanti, S., Hakim, H. L., & Saragih, P. U. H. B. (2019). Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations “Saturday Barbeque Night” Terhadap Pembentukan Citra Swiss Bel Inn Hotel Karawang. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal (JPRMEDCOM)*, 1(1), 50–61. <https://doi.org/10.35706/jprmedcom.v1i1.3254>
- Anisah, A., Dwiyantri, S., Suminah, S., Hanip, H., & Laksana, A. (2024). Upaya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Abdi Kerta Raharja Untuk Meningkatkan Citra Positif terhadap Masyarakat di Tengah Persaingan dengan Kompetitor. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 125–134. <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Asri, I. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama Ri. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(3), 267–285.
- Cangara, H. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O.U. (2019). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fahri, L. M. (2017). Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 1–10. <http://journal.unair.ac.id>.
- Hidayat, D. (2012). *Komunikasi Antar Pribadi Dan Mediana*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, S. (2018). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hidayati, P., Fikri, A., & Hidayat, R. (2020). Aktivitas Dakwah Komunitas Muslim Bikers Indonesia (KOMBI) Pekanbaru. *Idarotuna*, 2(2). <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v2i2.9532>
- Islam, S., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Motivasi Berafiliasi Dengan Loyalitas Pada Anggota Komunitas Motor Jupiter Mx Community Kota Semarang. *Jurnal EMPATI*, 7(1), 263–268. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.20194>

- Jim, M & Silih, A.W. (2015). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khairina, N. (2019). Implementasi Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Universitas Abdurrab Pekanbaru. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2), 1–10.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Laksana, A., Ferdiana, R., & Falah, M. (2023). Strategi Komunikasi Organisasi Motor XTC dalam Membangun Citra Positif di Masyarakat Kota Serang. *ANTASENA: Governance and Innovation Journal*, 1(2), 60–69. <https://doi.org/10.61332/antasena.v1i2.116>
- Morissan. (2020). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muchtar, K. (2018). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136. <https://doi.org/10.31315/jik.v14i2.2127>
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: Remaja Rosda Karya.
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Miles, B. M., & Michel, H. (2012). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Putri, S., & Amelia. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif: Komunitas Bikers Subuhan Pangkalpinang dalam Mewujudkan Visi Organisasi. *Komunikasia*, 2(2), 1–16.
- Putri, A.P. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Membangun Citra Institut Bisnis Dan Informatika STIKOM Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(2). <https://jpi.ubb.ac.id/index.php/JPI/article/download/48/32>
- Priansa, D.J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Reza, M., & Harahap, N. (2022). Pembentukan Citra Satuan Polisi Pamong Praja:

Studi Komunikasi Eksternal Kegiatan SatPol PP Kabupaten Deli Serdang di Masa Pandemi Covid-19. *Hijaz: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.57251/hij.v2i1.579>

Rokhim, M. N., Septiasih, A., Triana, D. E., Nivaga, P. S., & Janah, M. U. (2022). Metafora Konseptual Lima Jari dalam Sastra Jawa: Analisis Semantik Kognitif. *Sutasoma: Jurnal Sastra Jawa*, 10(1), 10–21. <https://doi.org/10.15294/sutasoma.v10i1.52868>.

Saputra, C. A (2024). Yamaha R15 Community Baturaja (YRCB) [Instagram post]

Sari, S.A, & Bonowo, E. (2020). Strategi Komunikasi Kelompok Klub Tric Dalam Membentuk Citra Positif Di Lingkungan Masyarakat. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 87-94. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php>

Simamora, H. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wahyudi, H., Djakfar, Y., & Wulandari, S. (2020). Strategi Komunikasi Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Selama Di Perjalanan (Studi Pada Stasiun Kelas I Baturaja). *Jurnal Massa*, 1(1), 1–13. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JM>