

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, I. (2024). *Strategi Marketing Public Relations Chinoss Coffe Pekanbaru Dalam Memanfaatkan Media Digital Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Masyarakat* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Amania, A. R. (2019). *Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt Nusantara Sakti Kaligawe Semarang* (Doctoral Dissertation, Universitas Semarang).
- Ampangallo, N. Y., & Dewi, L. D. R. (2020). Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Fourhoms Design. *PANTAREI*, 4(01).
- Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peranan public relations dalam mempertahankan eksistensi ramayana. *Prologia*, 3(2), 408-415.
- Anjani, S. P., & Lubis, A. (2021). Strategi public relations dalam membangun brand awareness restoran barapi meat & grill cabang Tangerang. *PANTAREI*, 5(02).
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Athalia, D., Noer, A., Arofia, R., Chastity, V., & Wynona, A. (2022). Audit Komunikasi Program Roadshow Launching Layanan 5G Telkomsel Di Solo. *JURNAL SIGNAL*, 10(01), Hlm 84.
- Azzahra, F. (2019). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif pada PT. HNI HPAI)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Batoebar, M. U., & Zebua, D. (2021). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan. *Network Media*, 4(2), 20-39.
- Belladonna, Zalva. (2023). *Strategi Planning for Public relations Pada Program "PFPRENEUR" Pertamina Foundation*. Tesis Sarjana, Universitas Pembangunan Jaya
- Budiman, A. B., & Iwan, I. (2023). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha yang Dirugikan Akibat Adanya Ulasan Negatif Fiktif Ditinjau dari Fatwa DSN MUI No 24 Tahun 2017 (Studi Kasus Pada Aplikasi Google Maps). *UNES Law Review*, 6(2), 5263-5273.
- Cutlip, M. S., Center, A.H., & Broom, G.M. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Febrinal, M. A. (2022). *Strategi Marketing Public Relations Durian Runtuh Nadhira Napoleon Pekanbaru Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Hal, 37

- Ferdiansyah, V. F., & Kandialarasati, V. K. (2021). Perencanaan Strategi Public Relations Dalam Membentuk Corporate Branding NET. Sebagai Televisi Masa Kini. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Special Issue 2), 704-713.
- Feryanda, J. O., & Wijaya, L. S. (2024). Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Pada PT. Finfolek Media Nusantara. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 76-86.
- Frank Jefkins, *Public Relations* Edisi Kelima, (Jakarta: Erlangga, 2003), 10
- Hawali, N., & Andiyansari, P. (2022). Strategi Divisi Corporate Communication PT Krakatau Steel dalam Upaya Perbaikan Citra Melalui Program CSR. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 118-129.
- Khairunisa, A. (2020). *Strategi Komunikasi Pengelola Café Sawah Dalam Meningkatkan Religiusitas Karyawan* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Komariah, A. (2019). Metodologi penelitian kualitatif.
- Kriyantono, Rachmat (2017), *Teori Public Relations Pespektif Barat & Lokal : Aplikasi Penelitian Dan Praktik*, Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana
- Ledingham, J. A. (2003). Explicating relationship management as a general theory of public relations. *Journal of Public Relations Research*,
- Mariati, N. K. B. (2023). *Implementasi Core Value Marriott Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Pada The St. Regis Bali Resort* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Maulana, A. W., Winangsih, R., & Sagita, D. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Membangun Citra Pada Divisi Corporate Communication Pt Krakatau Steel (Persero) Tbk* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Meijerink, J., & Schoenmakers, E. (2020). Why are online reviews in the sharing economy skewed toward positive ratings? Linking customer perceptions of service quality to leaving a review of an Airbnb stay. *Journal of Tourism Futures*, 7(1), 5–19.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mostafa, R. B., & Kasamani, T. (2021). Brand Experience and Brand Loyalty: Is It A Matter Of Emotions? *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics* 33(4), 1033-1051.
- Nauli, K., & Wardasari, N. (2023). Strategi Komunikasi Dalam Menciptakan Manajemen Relasi Pada Program Sosialisasi Humas PT. KCIC. *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 2(6), 112-126.

- Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif: dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Solo: Cakra Books.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PROfesi Humas*, 3(1), 1-20.
- Ong, X. J. S. B. (2020). Pengemasan Informasi Pada Konten Instagram@ Isprjakarta dalam Mengomunikasikan Pesan Selama Pandemi COVID-19/Ong Xena Jihan Shania Budiman/63160155/Pembimbing: Glorya Agustiningsih.
- Pradita, Nurul Aulia. (2020). Peran Grup Facebook Komunitas Fotografer Semarang Sebagai Sarana Pertukaran Informasi Fotografi (Doctoral Dissertation, Universitas Semarang).
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial. *Bandung: CV Pustaka Setia*, 358.
- Puspa, T., Akram, A. M., Ramadhini, A. P., Mukti, A. H. S., & Annisa, F. N. (2023). Analisis Strategi Bisnis Pt. Raja Cita Karya Di Bisnis Distributor Besi, Baja Ringan, Dan Beton. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 705-714.
- Putri, Egidia Amalia et al. 2022. "Penerapan Fungsi MSDM Untuk Mengembangkan Produktivitas Kerja Karyawan Di Lingkungan Perusahaan Unilever Indonesia." *Insight Management Journal* 2(3): 81-90.
- Putri, M. E. K., Wijaya, L. S., & Kristiyani, D. N. Peran Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus pada Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana-Salatiga). *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, dan Komunikasi (IMPRESI)*, 1(2), 63-74.
- Rahayu, R. M. (2017). Membangun Brand Awareness Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).
- Ruslan, Rosadi. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Edisi Revisi*.
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023.
- Schoenmueller, V., Netzer, O., & Stahl, F. (2020). The Polarity of Online Reviews: Prevalence, Drivers and Implications. *Journal of Marketing Research*, 57(5), 853-877.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228.
- Siswono, Eko, dan Yuli, T. (2019). Paradigma Penelitian Pendidikan: Bandung, Remaja Rosdakarya.

Sitepu, E. S. (2011). Professional Public Relations. *Journal of the National Medical Association*, 46.

Tjahjaningsih, E., & Yuliani, M. (2009). Analisis kualitas produk dan citra merek dalam mempengaruhi Keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas merek HP Nokia. *Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen*, 6(2).

Windhayani, N. V. (2014). *Kualitas Relasi Antara Personal Shopper Pt. Emax Fortune International Dengan Pelanggan (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Kualitas Relasi Berdasarkan Konsep Organization-Public Relationship)* (Doctoral dissertation, UAJY).

Yanqiu, Z. (2021). How Can The Public Relations Increase Brand Awareness. *Journal of Business Theory and Practice* ISSN 2372-9759 (Print) ISSN 2329-2644 (Online)

Yasmimmuntaz, R., & Rahman, T. (2024, February). Integrated Marketing Communication Strategy Of Pt. Jogjakita Multi Andalan In Increasing Brand Awareness As A Local On Demand Services Business In 2020-2022. In *International Conference on Humanity Education and Society (ICHES)* (Vol. 3, No. 1).

Yudha, M. S., Afrilla, N., & Nurprapti, N. (2012). *Strategi Manajemen Reputasi Public Relations Pt Krakatau Steel (Persero) Tbk (Kasus Pembangunan PT. Krakatau POSCO)* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).

Zulfikar, I. (2023). Building a strong brand: Marketing strategy to increase brand awareness and consumer loyalty. *Neo Journal of economy and social humanities*, 1(4), 280-284.

Sumber lain :

Antara, <https://www.antaraneews.com/berita/3820122/iisia-business-forum-2023-terus-dorong-partisipasi-aktif-industri-baja-untuk-kemandirian-bangsa>, diakses pada 21 Oktober 2024 pukul 14.43.

Kontan, <https://industri.kontan.co.id/news/iisia-prediksi-konsumsi-dan-produksi-baja-nasional-naik-54-pada-2024#:~:text=Ketua%20Umum%20IISIA%20Purwono%20Widodo,5%2C2%25%20pada%202024>. Diakses pada 15 Oktober 2024 pukul 22.33

Mega Baja, <https://www.megabaja.co.id/baja-ringan-cilegon-steel/#kelebihan-material-baja-ringan>, diakses pada 16 Oktober 2024 pukul 20.36.

Seiso, <https://seiso.id/2023/02/06/brand-awareness-melalui-rating-google-maps/>, diakses pada 07 Mei 2025 pukul 21.27.