Daftar Pustaka

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press.

Adela, A. S., Yudha, R. P., & Wasutiningsih, A. (2025). Strategi komunikasi PT. Metropolitan Land Tbk-Menteng melalui media digital dalam membangun brand awareness. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8*(2), 238–245.

Adnjani, M. D. (2023). Media Relations Sebagai Upaya Pembentuk Reputasi Organisasi. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 45(119), 57–72.

Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Aziz, N. A., & Dewi, L. D. R. (2025). Analisis Strategi Integrated Marketing Communication Uniqlo dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 5(2), 278–287.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.

Berlo, D. K. (1960). The process of communication: An introduction to theory and practice. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). Qualitative research for education: An introduction to theories and methods (5th ed.). Pearson.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101.

Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Rajawali Pers.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2018). *Effective Public Relations* (Edisi Kesembilan). Prenada Media Group.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2021). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson Education.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). The SAGE handbook of qualitative research (5th ed.). SAGE Publications.

Doorley, J., & Garcia, H. F. (2007). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. Routledge.

Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. Gramedia Pustaka Utama.

Effendy, O. U. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. PT Citra Aditya Bakti.

Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.

Farani, N. F., et al. (2025). Strategic Communication and Marketing Public Relations in State-Owned Enterprises: A Case Study of PT KAI Operational Area 7 Madiun. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 2153–2182.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing public relations. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Harris, T. L. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations*. John Wiley & Sons.

Iriantara, Y. (2019). *Media relations: Konsep, pendekatan, dan praktik*. Simbiosa Rekatama Media.

Jefkins, F. (2018). *Public Relations*. Erlangga.

Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu (2024). Kajian Fungsi Hubungan Masyarakat dalam Komunikasi Politik, 8(6).

Jurnal Pustaka Komunikasi (2024). Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Awareness pada PT Finfolk Media Nusantara, 7(1), 76–86.

Keller, K. L. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th global ed.). Pearson.

Khusu, S. A., Abdurahman, A. I., & Khairani, A. (2023). Aktivitas Media Relations Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokomp) Kota Tangerang dalam Membentuk Citra Pemerintahan. *Journal of Social Science*, 3, 250–265.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis riset komunikasi (Edisi revisi). Kencana.

Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing, 25*(6), 59–62. https://doi.org/10.2307/1248516

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. SAGE Publications.

Maharani, R., & Azzahra, N. (2023). Strategi Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial. *Jurnal Professional*, 12(1), 185–196.

Marliana, D. (2023). Strategi komunikasi pemasaran Trans TV dengan menggunakan Meta Ads dalam meningkatkan brand awareness. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi (JIPSi), 13*(2), 21–32. https://doi.org/10.34010/jipsi.v13i2.9555

McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). London: Sage Publications.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.

Nuraeni, E., Witantra, A. P., & Nesia, A. (2024). Strategi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial dalam Membangun Brand Awareness (Studi pada Akun Instagram Official @nasikulitmalamminggu). *Jurnal Riset Komunikasi Terapan*, 2(1), 1–11.

Patton, M. Q. (2002). Qualitative research and evaluation methods (3rd ed.). SAGE Publications.

Pricilla, C., Adriani, V., & Utomo, A. G. (2023). Innovative Brand Awareness Strategies: Push, Pull & Pass Marketing in Indonesian Fashion. *Journal of Communication and Public Relations*, 2(2), 58–79.

Property Lounge. (2025). *30 Ide Public Relations Digital untuk Property Developer*. Diakses dari propertylounge.id.

Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Rajawali Pers.

Sadat, A. M. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.

Samsiah, S. N., Zahrany, M. N., Amajida, F., Perbawasari, S., & Anisa, R. (2024). Pull Strategy Marketing Public Relations PT Gramedia Asri Media. *Jurnal Analisis Bisnis dan Teknologi (JABT)*.

Sholikhah, F. S. (2016). Strategi Media Relations PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 93–111.

Stake, R. E. (1995). The art of case study research. SAGE Publications.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (2nd ed.). Alfabeta.

Syahputra, I. (2016). Strategi Media Relations Perusahaan Pertambangan Timah dan Agenda Setting Media di Bangka Belitung. *Jurnal Kajian Komunikasi*.

Tahalele, O., Suatrat, F., Telussa, S. I., Nahuway, J., Haryati, & Saputra, A. M. A. (2023). Pemahaman dan Penguasaan Model-Model Komunikasi (Studi Empiris terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura). *Journal on Education*, 6(1), 3184–3192.

Telkom University. (2025). *Mengenal Public Relations*. Open Library Telkom University.

Wibowo, P. S. (2021). Strategi komunikasi pemasaran Sharp Indonesia di era pandemi COVID-19 dan kenormalan baru. *Jurnal Komunikasi Profesional, 5*(1). https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003

Widhiadnyana, I. N. A., Listiawati, N. P., & Yudhiarsana, I. M. A. (2025). Strategi solutif terhadap kendala dalam mendukung brand awareness di media massa dan platform digital pada produk real estate PT. Muara Alam Indonesia. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu, 7*(2), 75–85.

Wijaya, L. S., & Christianingtias, E. A. (2024). Strategi Rebranding Front One Gosyen Hotel dalam Membangun Brand Awareness. *Journal Media Public Relations*, 4(2).

Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2009). Public relations: Strategies and tactics (9th ed.). Pearson Education.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.