

DAFTAR PUSTAKA

- Almutairi, T. M., Sharoufi, H. Al, & Dashti, A. A. (2020). The role of pragmatic cultural schema in analysing public relations communication strategies. *Public Relations Inquiry*, 9(3), 277–294. <https://doi.org/10.1177/2046147X19868833>
- Anani-Bossman, A. A. (2021). An exploration of strategic public relations management in Ghana. *Public Relations Inquiry*, 10(1), 73–96. <https://doi.org/10.1177/2046147X20979292>
- Cutlip, S. M., & Center, A. H. (2006). *Effective Public Relations*.
- Fiamanillah, N., Sari, A. S., Mustofa, A., & Nizar, M. (2024). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo*.
- Gunawan. (2023). *Strategi Public Relations dalam upaya meningkatkan citra positif Lembaga: Analisis deskriptif pada Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat*.
- Hidayat, D. N. (2011). *Analisis Wacana*. LKIS Yogyakarta.
- Kholisoh, N. (2015). *Strategi Komunikasi Public Relations Dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit “X” di Jakarta)*.
- Liliweri, A. (2022). *Filsafat Ilmu*. KENCANA.
- Lubis, E. E. (2012). *Peran HUMAS Dalam Membentuk Citra Pemerintah*.
- Muhammad, A. F., & Purwatiningsih, D. (n.d.). *International Journal of Social Science and Human Research Public Relations Communication Strategy in Public Image Restoration: A Case Study of BULOG’s Digital Response to the “Rice Stone” Crisis In 2021*. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v8-i9-04>
- Mulyadi, S. (2018). Perencanaan Humas dan Usaha Membangun Citra Lembaga yang Unggul. *Tadbir : Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 2(2), 121. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v2i2.566>
- Nurhaliza, D. & A. P. (2024). 3) *STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PADA KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN SIDOARJO*.

- Oktariani, & Ekadiansyah, E. (2020). *Peran Literasi dalam Pengembangan Kemampuan Berpikir Kritis*. 1(1). www.jurnalp3k.com/index.php/J-P3K/index
- Qonita Diah Hidayati, & Sadiyah El Adawiyah. (2024). Strategi Public Relations dalam Pengembangan Brand Image di SD NAIS Bekasi. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 58–68. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2400>
- Rahmadani, F., & Andrini, S. (2021). STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PAMERAN INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW (IIMS). *Jurnal Audience*, 4(01), 38–59. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4203>
- Saiman. (2002). *Manajemen Sekretaris*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sedarmayanti. (1997). *Tugas dan Pengembangan Sekretaris*. Bandung: Mandar Maju.
- Sedianingsih. (2010). *Teori dan Praktik Administrasi Kesekretariatan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA.
- Susetyo, B., & Wahayuni, M. (n.d.). Peran Pemandu Museum dalam Meningkatkan Pengalaman Pengunjung di Museum Subkoss. In *Museion Bulletin: Jurnal Kajian Museum: II* (Number I). Retrieved www.icom.org
- The Liang Gie. (2000). *Administrasi Perkantoran Modern*. Liberty.
- Wisuda Lubis, S. S. (2020). MEMBANGUN BUDAYA LITERASI MEMBACA DENGAN PEMANFAATAN MEDIA JURNAL BACA HARIAN. *PIONIR: JURNAL PENDIDIKAN*, 9(1). <https://doi.org/10.22373/pjp.v9i1.7167>
- Wursanto. (2004). *Kompetensi Sekretaris Profesional*. Yogyakarta: Andi Offset.