

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aula, P., & Mantere, S. (2016). *Making and Breaking Sense: An Inquiry into the Reputation Change* (pp. 340–352). Routledge.
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (14th ed.). Boston, MA: Cengage Learning (pp. 98).
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice* (6th ed.) (pp. 68-75). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Falkheimer, J., & Heide, M. (2022). *Strategic Communication: An Introduction to Theory and Global Practice* (2nd ed.) (pp. 90-100). Routledge.
- Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. M. (2015). The reputational landscape. In *Corporate Communication* (pp. 62–85). Taylor & Francis.
- Freberg, K. (2018). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.
- Lee, S., Motion, J., & Conroy, D. (2018). *Brand Transformation: The Role of Internal and External Stakeholders in Rebranding*. *Journal of Business Research*, 86, 1–9.
- Merrilees, B., & Miller, D. (2019). *Principles of Rebranding: Managing Brand Change Successfully*. *Journal of Brand Management*, 26(4), 347–360.
- Muzellec, L., & Lambkin, M. (2015). *Corporate Rebranding: How to Transform an Organization's Identity*. *European Journal of Marketing*, 49(7/8), 1204–1222.
- Neuman, W. L. (2017). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson.

Silverman, D. (2020). *Interpreting Qualitative Data* (6th ed.). SAGE Publications.

Yadin, D., & Jefkins, F. (2016). *Public Relations* (10th ed.). Routledge.

ARTIKEL JURNAL

Amalia, V. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN PUBLIC TRUST DI PERGURUAN TINGGI (Studi Kasus di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo). *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 13–23. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i1.812>

Arifin, M. S. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI BRANDING PERGURUAN TINGGI. *Jurnal Al-Ibrah*, 6(1).

Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 249–268. <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n2.p249-268>

Cindy & Irzum, I. N. (2024). Strategi Kehumasan dalam Membangun Citra IAIN Kudus sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan di Era Digital. *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 2(2).

Fauzalia, D., & Harmonis. (2022). Strategi Humas Dalam Membangun Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah. *Perspektif*, 1(4), 428–436. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i4.158>

Feridha, Y. (2020). Strategi Public Relations Advokasi Perpustakaan PerpuSeru. *Communications*, 2(2), 40–60. <https://doi.org/10.21009/communications.2.2.3>

Gemilang, D. T., & Putri, Y. R. (2024). *Analisis Strategi Komunikasi Oz Crew Dalam Mempromosikan Event Musik Pada Instagram @Ozradiobandung*. 12(2), 173–190.

Herman, & Muhariani, W. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Masa Pandemi COVID-19. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55–65.

<https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i1.467>

- Octora, H., & Alvin, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Digital Pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Untar. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 261–270. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/3098>
- Putriana, J., & Kristiani, D. N. (2024). *Strategi Komunikasi STT Kadesi dalam Kegiatan Promosi: Upaya Memperkenalkan Institusi dan Meningkatkan Jumlah Calon Mahasiswa Baru*. 4, 6952–6970.
- Rahmadi, F. (2021). Strategi Komunikasi Humas Pengadilan Negeri Takalar Dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)*, 3, 7–15.
- Zidan, M. Y., & Pamungkas, I. N. A. (2023). Strategi Komunikasi untuk Membangun Citra Universitas. *E-Proceeding of Management*, 10(4), 3232–3236.

