

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Handbook Of Public Relations : Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Estawara, H. (2012). *Brand Management dan Integrated Marketing Communications (IMC) : Membangun Brand Identity Menuju Brand Personality*. Jakarta: Gagasan Ulung.
- Freeman, R. E. (2014). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Jarwal, D. (2014). The Role of Company Secretary as Governance Officer. *Communication and Information*, 6(2), 1–12.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kakabadse, A., Khan, N., & Kakabadse, N. K. (2016). Company secretary: a role of breadth and majesty. *Society and Business Review*, 11(3), 333–349. <https://doi.org/10.1108/sbr-04-2016-0023>
- Kriyantono. (2014). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- McNulty, T., & Stewart, A. (2015). Developing the Governance Space: A Study of the Role and Potential of the Company Secretary in and around the Board of Directors. *Organization Studies*, 36(4), 513–535. <https://doi.org/10.1177/0170840614556919>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan. (2014). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Nurjaman, K., & Uman, K. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Palapah, M. ., & Syamsudin, A. (2006). *Studi Ilmu Komunikasi*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Pang, A., Lwin, M. O., Ng, C. S. M., Ong, Y. K., Chau, S. R. W. C., & Yeow, K. P. S. (2018). Utilization of CSR to build organizations' corporate image in Asia: need for an integrative approach. *Asian Journal of Communication*, 28(4), 335–359. <https://doi.org/10.1080/01292986.2017.1420207>
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Swari, A. B., & Pristiana, U. (2020). PENGARUH MAKRO EKONOMI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KONTRUKSI DAN BANGUNAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016 - 2018. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM)*, 5(2), 2013–2015.

The British Institute of Public Relations. (2009). *Public Relation* (H. Munandar, ed.). Jakarta: Erlangga.

Theaker, A. (2008). *The Public Relations Handbook*. London: Routledge.

Yulianita, N. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas.

