

DAFTAR PUSTAKA

- Ansari, B. I. (2003). Menumbuhkembangkan kemampuan pemahaman dan komunikasi Matematik siswa SMU melalui strategi Think-Talk-Write. *Disertasi Doktorat Yang Tidak Dipublikasikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.*
- Any, N. (2009). *Management Event. Bandung: Alfabeta.*
- Arikunto, S. (2010). *Penelitian tindakan. Yogyakarta: Aditya Media.*
- Bhattacharjee, S., & Reichard, G. (2011). Socio-economic factors affecting individual household energy consumption: A systematic review. In *ASME 2011 5th International Conference on Energy Sustainability* (pp. 891–901). American Society of Mechanical Engineers Digital Collection.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar periklanan. Yogyakarta: Graha Ilmu.*
- Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning.* Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (1997). *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia. Terjemahan Hendra Dkk.*
- Larson, C. U. (1992). *Persuasion: Reception and responsibility 6th ed.* Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Mutmainah, F. F., Wirasari, I., & Nurbani, S. (2019). Perancangan Promosi Aplikasi Bca Sakuku. *EProceedings of Art & Design, 6(2).*
- Mivadila, M., Chatra, E., & Ariany, R. (2019). Proses Komunikasi Dalam Sosialisasi Pilgub Sumatera Barat Tahun 2015. *Profetik: Jurnal Komunikasi, 11(2), 5–16.*
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*(Bandung: PT. Rosda Karya).
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising Seri Kedelapan.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen. Jakarta: Erlangga, 90.*

- Paul, P. J., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fitriani, R., Wati, R., Hanifah, P., & Misriyanti, M. (2018). Kampanye Hemat Listrik Terhadap Efisiensi Energi Pada Ibu Rumah Tangga Yang Bekerja. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 71–81.
- PLN (2017) Annual Report PLN 2017.
- Ruslan, R. (1997). *Kiat dan strategi kampanye public relations*. PT RajaGrafindo Persada.
- Subiakto, H. (2015). *Komunikasi politik, media, dan demokrasi*. Prenada Media.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: 9 Lessons for Innovation in Marketing from the World's Leading Advertising Agency*. McGraw-Hill.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2004). Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik. Bandung: Nuansa.
- Sundjaja, R., & Barlian, I. (2003). Manajemen Keuangan 2 Edisi Keempat. Jakarta: Literate Lintas Media.
- Supriyono, R. (2010). Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi.
- Shimp, T. A. (2003). Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Bahasa Indonesia, jilid 1, edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Venus, A., Rema Karyanti, S., & Rakhmat, J. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan. *LENTERA*, 17(1).