

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, David. (2015). *Aaker on Branding: 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: Gramedia.
- Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. (2016). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Ghony, M. Djunaedi dan Fauzan Almanshur. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Hidayat, Dasrun. (2014). *Media Public Relations; Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Ishak, Aswad dkk. (2011). *Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM).
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan; Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Nasrullah, Rully. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rusdianto, Ujang. (2014). *Cyber CSR; A Guide to CSR Communication on Cyber Media*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah. (2010). *Public Relations 2.0; Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding; Memahami dan Merancang Strategy Merek*. Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA.

Jurnal

- Christin, Maylanny dan Siti Faridani Fauzan. (2015). *City Branding Kota Bandung melalui Bus Bandros*. Jurnal Komunikator Vol. 7 No. 2. Yogyakarta.
- Poentari, Emmy. (2013). *Penerapan Strategi Komunikasi Pada "Plik Nanggulan 2"*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 17 No. 2.

Wibowo, Saskia Eka. (2014). *Analisis Pemanfaatan Media Digital Sebagai Strategi Komunikasi Program CSR PT. L'OREAL Indonesia*. Universitas Indonesia.

Skripsi

Pratama, Agrie. (2012). *Peran Social Media Dalam Membangun Brand Image Guna Mempertahankan Corporate Image (Studi Kasus Fanpage Facebook XL Rame dan Twitter XL 123)*. Universitas Indonesia.

Shabrina, Almaz. A. (2016). *Pemasaran Konten Digital Oleh Rwe Bhinda Dalam Meningkatkan Brand Awareness Dan Brand Engagement Pada Produk Slim & Fit (Periode 2015-2016)*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Website

Digital in 2017: Southeast Asia. Januari 2017.

<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southeast-asia>

Facebook Page Energi Hayati.

<https://www.facebook.com/energihayati/>

Instagram Page Energi Hayati.

<https://www.instagram.com/energihayati/>

Pertamina: *Tentang CSR*. 2012.

<http://www.pertamina.com/social-responsibility/tentang-csr/>

Twitter Page Energi Hayati.

<https://twitter.com/energihayati/>