

**DAFTAR PUSTAKA**

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Hand Book of Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

\_\_\_\_\_. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Andri, G. 2012. *Strategi Pemasaran dan Efektivitas Periklanan Dengan Menggunakan Metoda Komunikasi, Empati, Persuasi dan Dampak Pada Perusahaan*. PT. Bhineka Lestari LTD. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Volume 3 No.2.p.30-60.

Azwar, Saifuddin. 2007. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GRUP.

Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik: konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Choi, S.M.,Charles,T.S. 2003. *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion Afre Two Decades: A review of Criticisms and Contributions*. The Kentucky Journal of Communication. Volume 22 No.1.p.47-77.

Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Effendy, Onong Uchyana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

—————. 2003. *Ilmu Komunikasi, Teori, dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Harjanto, Rudy. 2009. *Prinsip-prinsip Periklanan*. Jakarta: Dewan Perguruan Periklanan Indonesia.

Heryanto, Gun Gun dan Shulhan Rumar. 2013. *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pusaka Utama Grafiti.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.

Liliweri, Allo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: PT. Citra Adiya Bakti.

Mulayana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

- Muwarni, E. (2004). *Dasar-dasar Periklanan*. Jakarta : Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Moestopo Beragama.
- Morissan, Andy Corry W dan Farid Hamid U. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Nimmo, Dan. 2001. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung: PT:Remaja Rosda Karya.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT:Remaja Rosda Karya.
- Nuruddin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.rajaGrafindo Persada.
- Olli Helena dan Novi Erlita. 2011. *Opini Publik*. Jakarta: PT. Indeks.
- Petty, R.E., John,C. 1986. *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. *Advances in Experimental Social Psychology*. Volume 19.p. 123-162.
- \_\_\_\_\_. 1990. *Involvement and Persuasion:Tradition Versus Intergration*. *Psychological Bulletin*.Volume 107 No.3.p.367-374.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Riduwan. 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti*

*Pemula*. Bandung : Alfabeta.

Santoso, Edi dan Mite Stiansah. 2012. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Siegel, Sidney. 1992. *Statistik Nonparametik untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda setting Media Massa*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Uchyana Effendy, Onong. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: PUSTAKA BOOK PUBLISHER.

**Sumber-sumber lain :**

Awaluddin Yusuf, Iwan. 2010. “Riwayat iklan: dari Reklame hingga Banner Portal”, <http://bincangmedia.wordpress.com/tag/sejarah-iklan-di-indonesia/>. Tanggal akses 24 Februari 2014, pk 08.10 WIB.

“Daftar Partai Politik”, <http://hasil-quick-count-pilkada.blogspot.com/2013/07/daftar-urut-partai-politik-peserta.html>.

Tanggal akses 24 Februari 2014, pk 07.35 WIB.

Ira, 2014. “Nasdem, Hanura, Golkar, Gerindra langgar ketentuan iklan kampanye di televisi.” <http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/38-dalam->

negeri/31943-nasdem-hanura-golkar-dan-gerindra-langgar-ketentuan-iklan-kampanye-di-televisi Tanggal akses 7 April 2014, pk 08.20 WIB.

Ira, 2014. “Partai Golkar paling sering langgar moratorium iklan politik”.

<http://www.republika.co.id/berita/pemilu/berita-pemilu/14/03/14/n2eygg-partai-golkar-paling-sering-langgar-moratorium-iklan-politik>. Tanggal akses 7 April 2014, pk 09.00 WIB.

“Pemilu Presiden 2014”, <http://www.pemilu.com/pemilu-2014/> Tanggal akses 24 Februari 2014, pk 07.47 WIB

“Prabowo kritik moratorium iklan politik.” 2014.

<https://id.berita.yahoo.com/prabowo-kritik-moratorium-iklan-politik-145114585.html>. Tanggal akses 7 April pk 09.35

[gerindra.go.id](http://gerindra.go.id)

[jabar.bps.go.id](http://jabar.bps.go.id)