

DAFTAR PUSTAKA

- Azheri, B. &. (2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. In-Trans Publishing.
- Azheri, B. (2012). . *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Budi, R. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Kretakupa Print.
- Damara, D. (. (n.d.). BISRA 2022: Tak Sekadar Kewajiban, CSR Jadi Solusi Berbagai Masalah Sosial. *Jakarta: Bisnis.com*.
- Davis, D. K. (2015). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Cengage Learning.
- Dianira, Y. F. (2013). Kegiatan Komunikasi Pendamping Corporate Social Responsibility (CSR)(Kasus: Program CSR PT. Pertamina TBBM Padalarang Kertajaya Creative Destination (KCD). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*, 894-903.
- Dwi Suwandi, I. M. (2010). *Citra Perusahaan: Seri Manajemen Pemasaran*. . Jakarta: Kappa-Sigma.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi .* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. . Yogyakarta: Graha Ilmu. .
- Harni, D. &. (n.d.). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pt. Bank Danamon Indonesia Tbk. 150-158.
- Herman. (2018). Manfaat Corporate Social Responsibility oleh Stakeholder. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 2 No. 2, 268.
- Karballa, F. Z. (2018). Hubungan Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility dengan Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 2(6), 773-782.
- Kartikasari, N. D. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN MULTINASIONAL (Survei pada Konsumen Unilever di Indonesia Mengenai Program "Project Sunlight " PT. Unilever Indonesia Tbk.). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1), 8-16.
- Kartini, D. (2020). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT. Refika.

- Kelana, I. (2022). *Pelaksanaan CSR di Indonesia Terus Meningkat, Ekonomi Sirkular Makin Penting*. Jakarta: Republika.co.id.
- Mahfud, F. &. (2022). Hubungan Tingkat Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Kemandirian Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Vol. 6 No. 1*.
- Mayangsari, E. G. (2016). KEGIATAN KOMUNIKASI CSR DALAM PEMBENTUKAN REPUTASI PT KRAKATAU POSCO (Kasus Kelurahan Kubangsari, Kecamatan Ciwandan, Kota Cilegon, Provinsi Banten). *IPB Press, 7*.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT. Remaja.
- Nurjanah, A. &. (2019). PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN KOMUNIKASI CSR (Studi Kasus: CSR Delegation European Union To Malaysia dan CSR PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant). *Profetik Jurnal Komunikasi, 93-107*.
- Pitaloka, R. &. (2022). PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT DAN DAMPAKNYA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi, Vol. 6 No. 1, 310-314. .*
- Putri, V. K. (2021). Apa itu Komunikasi yang Efektif dan Bagaimana Contohnya?
- Rahmanto, A. (2020). Wacana Corporate Social Responsibility dalam Website Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Massa, Vol. 3 No. 2*.
- Rahmawati, Y. (2020). Komunikasi CSR dan Citra Perusahaan (Analisis Isi Pemberitaan CSR di Media Online Bisnis.com Tahun 2019). *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi, 77-84*.
- Rosdakarya. Nilamsari, N. S. (2017). *Komunikasi Corporate Social Responsibility Untuk Pemberdayaan Peternakan Sapi Perah*. ASPIKOM.
- Salinding, M. B. (2022). IMPLEMENTASI PRINSIP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS. *JOURNAL OF PRIVATE AND COMMERCIAL LAW, I No. 1, 111-132*.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Savila, D. M. (2020). Strategi Corporate Social Responsibility dalam Pembentukan Citra Perusahaan (Studi pada Kegiatan CSR di PT.Wijaya Karya). *Prologia, 4(2), 288-294*.
- Setyanto, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Komunikasi Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Severin, W. &. (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terapan di dalam Media Massa Edisi Kelima*. Kencana.

- Wahyudi, I. &. (2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. n-Trans Publishing.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. PT. Gramedia.
- Wirba, A. V. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of Government in Promoting CSR. *Journal of the Knowledge Economy*. doi:<https://doi.org/10.1007/s13132-023-01185-0>
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. . PT Gramedia Widasarana Indonesia.