

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adman, N. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR DPD Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ardial, M. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Indeks.
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat Paradigma Teori Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu .
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Budiradjo, M. (2013). *Dasar Dasar Ilmu Politik (Revisi: Ce)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Changara, H. (2014). *Perancangan Strategi Komunikasi Edisi Revisi. Cetakan ke 2*. Jakarta : Rajawali Press.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik* . Jakarta: Pustaka Obor Indonesia.
- Hardani, A. N. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hayani, R. (2019). STRATEGI MARKETING POLITIK PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA (PSI) PADA SEGMENTASI PEMUDA DI KOTA PEKANBARU. *JOM FISIP Vol. 6*, 1-10.
- Heywood, A. (2014). *Politik (4th ed.)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hofmeister, W. &. (2011). *Political Parties: Functions and Organisatio in Democratic Societies*. Singapore: Konrad Adenauer Stiftung.
- Indrawan, E. d. (2018). *Komunikasi Politik Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing.
- Marshment, L.-J. (2001). The Marriage of Politics and Marketing. *Political Studies. Vol 49.*, 692-713.

- Miles, B. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. Jakarta : UIP.
- Samsu. (2017). metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. *Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*.
- Subakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Widya Sarana.
- Subiakto, H., & Rachmah, I. (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Wasesa, S. A. (2011). *Political Branding & Public Relations* . Jakarta : Gramedia.

Jurnal

- Abdelbaset M. Alkhaldeh, B. S. (2016). An Empirical Study in Voting. *International Business Management*, 18(10), 4365–4372.
- Fajar F, G. F. (2021). Partai Politik Sebagai Political Brand. *Cakrawala-Jurnal Humanioran dan Sosial* , Vol 21, 68-73.
- Hanafi, R. I. (2019). Kemunculan dan Tantangan Partai Politik Baru Pada Pemilu 2019. *Jurnal Penelitian Politik LIPI*, 197-213.
- Lee, C. S. (2019). Web Series, YouTube, and Politics: Affective and Emotional Dimensions of WIGS. *Social Media + Society*, 1-12.
- Moufahim, M. (2017). Political branding in turbulent times. *The Service Industries Journal Vol. 37*, 9-10.
- Mulyani, R. (2021). Political Branding Tsamara Amany Alat Selama Masa Kampanye Pemilu Legislatif 2019 di Media Sosial. *Jurnal Lugas*, 21-30.
- Rahma, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Komunikasi, Vol 5*.
- Utomo, W. (2019). *Indonesian Millennial Report*. Jakarta : IDN Research Institute.

Website

Badan Pusat Statistik. (2021, 01 21). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Retrieved from <http://www.bps.go.id>

Psi.id. (2022, 11 21). Retrieved from Psi.id: <https://psi.id/>

Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In Antasari Press. Antasari Press. . *Antasari Press*, [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN).

Reportal, D. (2019, Januari). *Digital 2019 Indonesia*. Retrieved from Data Reportal: <HTTPS://DATAREPORTAL.COM>

Rokhmatulloh. (2019, Januari 2). *Pemilih Milenial di Pemilu 2019 Lebih dari 42 Juta Orang* .Retrieved from Sindo News: <https://nasional.sindonews.com/read/1367258/12/pemilih-milenial-di-pemilu-2019-lebih-dari-42-juta-orang-1546400221>

Dokumen

Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga PSI

Undang-Undang No 2 Tahun 2008 mengenai partai politik pasal 1 ayat 1

Interview

Ariyanto, Y. (2022, 10). Analisis Strategi Marketing Politik dalam Membangun Branding Politik pada Pemilu 2019 (Studi pada Pemilu Legislatif Partai Solidaritas Indonesia). (F. Abiyyu, Interviewer)

Randy, D. (2022, September). Analisis Strategi Marketing Politik dalam Membangun Branding Politik pada Pemilu 2019 (Studi pada Pemilu Legislatif Partai Solidaritas Indonesia). (F. Abiyyu, Interviewer)