

Daftar Pustaka

JURNAL

- Agina, A., & Ekwevugbe, A. (2017). Celebrity endorsement of political aspirants and its effects on college students in Lagos. *Journal of African Media Studies*, 9(3), 487–505. https://doi.org/10.1386/jams.9.3.487_1
- Akrom, A., Prisanto, G. F., & Ruliana, P. (2021). Door-to-Door Strategy of PDI-Perjuangan's in winning the Majority of Regional People's Representative Council Seats in Central Java Province in the 2019 Election. *Jurnal Mantik*, 5(3), 2070–2080. <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/1869/1430>
- Amalia, R., Universitas, Y., Wacana, K. S., Siahainenia, R. R., Kristen, U., Wacana, S., Hergianasari, P., Netanyahu, K., Agama, I., Negeri, K., & Raya, P. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PENGGUNAAN BALIHO VERSUS MEDIA SOSIAL OLEH PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN TAHUN 2021. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 6(1). <http://ejournal.stiabinabanuabjm.ac.id/index.php/administraus>
- Aryojati. (2014). EFEKTIFITAS STRATEGI PENCITRAAN PARTAI GOLKAR, PDIP DAN PKS PADA PEMILU 2009. *Jurnal DPR*, 15(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22212/kajian.v15i1.403>
- Budiana, M., Bainus, A., & Widya Setiabudi, R. S. (2018). Regional Election Winning Strategy of the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDIP) in North Coast Area of West Java Province (Case Study in Subang and Cirebon Regencies). *Journal of Social and Development Sciences*, 9(1), 31–37.
- Calitz, A. P., Cullen, M., & Ayankoya, K. (2015). A FRAMEWORK FOR THE USE OF SOCIAL MEDIA FOR POLITICAL MARKETING: AN EXPLORATORY STUDY. *International Business Conference*. <https://www.researchgate.net/publication/282441999>
- Dietram A., S., & Tewksbury, D. (2006). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 56(4), 864–866. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x>
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of*

- Political Issues*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Gunandjar, A. (2008). SISTEM MULTIPARTAI DI INDONESIA. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 5(1). <https://ejurnal.peraturan.go.id/index.php/jli/article/viewFile/285/172>
- Hamid A., Sujarwo, & Moenawar A. (2018). SISTEM MULTIPARTAI DALAM PELAKSANAAN PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF DI INDONESIA PASCA ORDE BARU. *Jurnal Law UNIBA*. https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAIQw7AJahcKEwiYsuHGnf_-AhUAAAAAHQAAAAAQAg&url=https%3A%2F%2Fjurnal.law.uniba-bpn.ac.id%2Findex.php%2Fjurnaldejure%2Farticle%2FdownloadSuppFile%2F607%2F387&psig=AOvVaw11cyEtTym4iErNEafqGhGG&ust=1684511532129035
- Korompis, T., Potabuga, J., & Wilar, W. F. (2022). *MARKETING POLITIK PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN DALAM MEMENANGKAN KURSI TERBANYAK DI PEMILIHAN LEGISLATIF 2019 DI KOTA KOTAMOBAGU*. 2(3).
- Ma'aruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERSONAL BRANDING JOKO WIDODO PADA PEMILIH PEMULA PEMILU 2019. *Journal Acta Diurna*, 15(2), 1. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2129>
- Makaminang, D. (2019). POLITICAL MARKETING PARTAI POLITIK PDIP DI KOTA BITUNG PADA PEMILIHAN UMUM CALON LEGISLATIF 2019. *Jurnal POLITICO*, 8(3).
- Mulyani, R. (2021). Political Branding Tsamara Amany Alatas Selama Masa Kampanye Pemilu Legislatif 2019 di Media Sosial. *Jurnal Lugas*, 5(1), 21–30. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Munzir, A. A. (2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 7(2), 173. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.2691>
- Nofriadi, N., Hasan, E., Ubaidullah, U., & Helmi, H. (2021). Strategi Pemenangan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan pada Pemilu Tahun 2019 di Kabupaten

- Aceh Tengah. *Jurnal Public Policy*, 7(2), 153.
<https://doi.org/10.35308/jpp.v7i2.4123>
- Partono, S. M. (2008). SISTEM MULTIPARTAI, PRESIDENSIAL DAN PERSOALAN EFEKTIVITAS PEMERINTAH. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 5(1).
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiuyYPHgeX9AhXLXmwGHWwbBIOQFnoECBIQAQ&url=https%3A%2F%2Fjurnal.peraturan.go.id%2Findex.php%2Fjli%2Farticle%2Fdownload%2F286%2F173&usg=AOvVaw2dmOusGN6SBZgPL19PK8qZ>
- Pich, C., & Newman, B. I. (2020). Evolution of Political Branding: Typologies, Diverse Settings and Future Research. *Journal of Political Marketing*, 19(1–2), 3–14. <https://doi.org/10.1080/15377857.2019.1680932>
- Prasetya, I. (2011). Pergeseran Peran Ideologi Dalam Partai Politik. *Jurnal Ilmu Politik Dan Ilmu Pemerintahan*, 1(1), 38.
- Putera Adiguna, A., & Rusnaedy, Z. (2020). *PROBLEMATICS OF MULTIPARTY SYSTEMS IN INDONESIA*. 2, 1.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47650/jglp.v2i1.36>
- Rahman, A., & Peranginangin, I. (2022). Political Communications Of The Indonesian Democracy Party Struggling (Pdip) In Getting The Most Vote In Deli Serdang In The 2019 Election. *Legal Brief*, 11(3), 1665–1670.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35335/legal.v11i3.380>
- Rizki A., Y., Siahainenia, R. R., Hergianasari, P., & Netanyahu, K. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PENGGUNAAN BALIHO VERSUS MEDIA SOSIAL OLEH PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN TAHUN 2021. *ADMINISTRASUS - JURNAL ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN*, 6(1).
<http://ejournal.stiabinabanuabjm.ac.id/index.php/administrasus>
- Rully. (2018). EFEKTIFITAS IKLAN NEGATIF DI MEDIA SOSIAL DALAM POLITIK DI INDONESIA. *JURNAL LONTAR*, 6(1), 69–79.
- Rustandi, D. (2013). Pencitraan Politik Daring: Strategi Memenangkan Massa Digital Menjelang Pemilu 2014. *Jurnal KOMINFO*, 11(2). JURNAL-ILMU-

PEMERINTAHAN-BARU-KOREKSI-last_36_46.pdf (umrah.ac.id)

- Sahati, K. J., Lengkong, J. P., & Lopian, M. T. (2023). Perbandingan Strategi Kampanye Partai PDI-P Dan Partai Golkar Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2019. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 11(3).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/politico/article/view/46282>
- Speed, R., Butler, P., & Collins, N. (2015). Human Branding in Political Marketing: Applying Contemporary Branding Thought to Political Parties and Their Leaders. *Journal of Political Marketing*, 14(1–2), 129–151.
<https://doi.org/10.1080/15377857.2014.990833>
- Surya, P., & Jha, A. (2021). Branding attributes of political parties and leaders in India. *Global Media Journal*, 19(43), 264.
<http://www.globalmediajournal.com>
- Suryawati, I. (2021). POLITICAL BRANDING GUBERNUR INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, IV.
- Syifaur Rahmah. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>
- Turtiantoro. (2016). STRATEGI PDI-PERJUANGAN DALAM PEMILU PRESIDEN DAN WAPRES TAHUN 2014. *JURNAL ILMU SOSIAL*, 14(1), 39–46. <https://doi.org/10.14710/jis.14.1.2015.39-46>
- Wahyuningroem, S. L. (2022). MASALAH-MASALAH PARTAI POLITIK INDONESIA. *Parapolitika : Journal of Politics and Democracy Studies*, 2(1).
<https://parapolitika.upnvj.ac.id/index.php/pp/article/view/19>
- Wardani, S. Y., Pramana, G. I., & Mertha, A. A. S. M. M. J. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding Calon Legislatif (Caleg) Provinsi Bali 2019. *Politika Udayana*, 1(2).
- Wijayasari, E., & Sejarah, J. (n.d.). STRATEGI PDI-P DALAM MEMENANGKAN PEMILU 1999 DI KOTA TEGAL. In *Journal of Indonesian History* (Vol. 1, Issue 2).
- Yerik. (2017). *Strategi PDI Perjuangan Dalam Memenangkan Pasangan Jokowi-Jusuf Kalla Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden 2014*.
- Yutanti, W. (2006). AKTIVITAS DAN STRATEGI KEHUMASAN PARTAI

POLITIK MENJELANG PEMILU 2004 (STUDI PADA ENAM PARTAI POLITIK BESAR DI KOTA MALANG). In *76 HUMANITY: Vol. II*.

Ziegenhain, P. (2008). *The Indonesian Parliament and Democratization* (Vol. 1).

Zuhra, N., Lubis, K., & Tagor, R. A. (2022). *POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY OF THE PDI PERJUANGAN PARTY*.
<https://doi.org/10.46806/jkb.v10i1.822>

BUKU

Ambardi. (2009). *Mengungkap Politik Kartel*. Kepustakaan Populer Gramedia.

Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*.

Budiarjo, M. (2008). *DASAR-DASAR ILMU POLITIK*. www.bacaan-indo.blogspot.com

Chapman, B. (1956). Modern Political Parties: Approaches to Comparative Politics. In *International Affairs* (Vol. 32, Issue 4). <https://doi.org/10.2307/2606286>

Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.

Faishal Aminuddin, M. (2016). *Electoral System and Party Dimension Assessment in Democratic Indonesia*.

Grabe, M. E., & Bucy, E. P. (2010). Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections. In *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195372076.001.0001>

Hasfi, N., Usman, S., & Santosa, H. P. (2020). *REPRESENTASI KEPEMIMPINAN CALON PRESIDEN DI TWITTER*.

International Crisis Group. (2003). Indonesia Backgrounder: A Guide To The 2004 Elections. *ICG Asia Report*.

Jainuri. (2012). *Orang Kuat Partai di Aras Lokal: Blater Versus Lora dalam Percaturan Politik*. <https://www.researchgate.net/publication/339325805>

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications.

Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined* (M. Steele, Ed.; 2nd ed.). SAGE Publications Ltd.

- https://www.academia.edu/14369681/Netnography_Redefined
- Kristina, A., Kudhori, A., E. Wijaya, R., Patricia, L., N. Rahmanti, V., Sokarina, A., & G. S. Utama, A. A. (2022). *Ada Apa dengan Medsos? Menangkap Budaya dengan Netnografi*. Penerbit Peneleh.
<https://doi.org/10.52893/peneleh.2022.56.ank.dkk>
- Labolo, M., & Ilham, T. (2015). *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia*. Rajawali pers.
- Lees-Marshment, J., Conley, B., Elder, E., Pettitt, R., Raynauld, V., & Turcotte, A. (2019). *Political Marketing* (3rd Edition). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781351136907>
- Lindblad, A., & Nyman, P. (2019). *Political branding through Facebook-A study of party branding during the Swedish general elections 2018*.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace*. McGraw-Hill Education.
- Mustofa, S. (2019). *Demokrasi, Korupsi dan Pembubaran Partai Politik*.
- Prawira, A. K., & Chairy, C. (2022). *INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON INTENTION TO VOTE IN PRESIDENTIAL ELECTION IN INDONESIA*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Surbakti, R. (1992). *Memahami Ilmu Politik*. Raja Grafindo Persada.

MEDIA ONLINE

- CNN. (2018a). *Partai Pendukung Jokowi Deklarasikan Koalisi Indonesia Kerja*.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180809163733-32-320924/partai-pendukung-jokowi-deklarasikan-koalisi-indonesia-kerja>
- CNN. (2018b). *PDIP Nomor Tiga, Megawati Ciptakan Slogan “Banteng Metal”*.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180219004814-32-277032/pdip-nomor-tiga-megawati-ciptakan-slogan-banteng-metal>
- CNN. (2019a). *Pecah Rekor PDIP dan Berkah Efek Jokowi di Pemilu 2019*.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190521143515-32-396903/pecah-rekor-pdip-dan-berkah-efek-jokowi-di-pemilu-2019>
- CNN. (2019b). *PKS Buka Peluang Usung Calon Non-muslim di Pilkada 2020*.

- <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20191205135638-32-454425/pks-buka-peluang-usung-calon-non-muslim-di-pilkada-2020>
- CNN. (2020). *Hasil KPU Semarang, Hendrar Prihadi Menang Lawan Kotak Kosong*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201217133756-32-583398/hasil-kpu-semarang-hendrar-prihadi-menang-lawan-kotak-kosong>
- CNN Indonesia. (2022). *PDIP Ingin Tetap Pakai Nomor Urut 3: Khas Salam Metal*.
- CNN Indonesia. (2023). *Hasto: HUT Ke-50 PDIP, Gambaran Sejarah Panjang Perjuangan Partai*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230109211616-37-898133/hasto-hut-ke-50-pdip-gambaran-sejarah-panjang-perjuangan-partai>
- Detik.com. (2021). *Mengingat Kembali Duet Mega-Pro yang Disebut 'Sukses Tertunda*. <https://news.detik.com/berita/d-5597466/mengingat-kembali-duet-mega-pro-yang-disebut-sukses-tertunda>
- Detik.com. (2022). *Megawati Cerita PDIP Awal Mula Jadi Partai Wong Cilik dan Partai Sendal Jepit*. <https://news.detik.com/berita/d-5891166/megawati-cerita-pdip-awal-mula-jadi-partai-wong-cilik-dan-partai-sendal-jepit>
- Katadata. (2022). *Perolehan Suara 16 Partai Politik pada Pemilu 2019*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/25/pdi-perjuangan-pimpin-perolehan-suara-pada-pemilu-2019-gerindra-dan-golkar-mengekor>
- KOMPAS. (2022). *Profil PDI Perjuangan, dari "Kudatuli" sampai Pemenang Pemilu*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/01/15350451/profil-pdi-perjuangan-dari-kudatuli-sampai-pemenang-pemilu>
- KPU RI. (2014). *Hasil Pemilihan Umum Tahun 2014*. <https://www.kpu.go.id/page/read/1116/pemilu-2014>
- Kumparan. (2022). *PKS: Ada Banyak Kader dan Pengurus Daerah Kami yang Nonmuslim*.
- Liputan 6. (2022). *Tegaskan Partai Wong Cilik, PDIP Buka Ruang bagi Siapa pun yang Mau Gabung*. <https://www.liputan6.com/news/read/5111470/tegasakan-partai-wong-cilik-pdip-buka-ruang-bagi-siapa-pun-yang-mau-gabung>
- Website PDI-P. (n.d.). *Sejarah PDI Perjuangan*. Retrieved May 19, 2023, from <https://pdiperjuanganlampung.id/sejarahpdiperjuangan/>