

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Budiarjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia.

Miles & Huberman (2016). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia-Press.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Alvin, S. (2022). *Komunikasi Politik di Era Digital: Dari Big Data, Influencer Relations*. Penerbit Buku Pendidikan Deepublish.

Arneldi, B. (2020). *Kampanye Politik Digital: Paradigma Baru Kontestasi Politik Era Digital*. Epigraf.

Schroder, P. (2009). *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich Naumann Stiftung.

Cohen, M. D. (2021). *Modern Political Campaigns: How Professionalism, Technology, and Speed Have Revolutionized Elections*. Rowman & Littlefield

Moleong, L. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosdakarya Press.

Scammell, M. (2007). *Political Brands and Consumer Citizens: The Rebranding of Tony Blair*, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. Sage Publication, Inc.

Scammell, M. (2007). *Political Brands and Consumer Citizens: The Rebranding of Tony Blair*,

Firmanzah. (2008). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor

David L. Swanson & Paolo Mancini. (1996). *Politics, Media, And Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaign and Their Consequences*. Westport Conn: Praeger

Jurnal

Ardha, B. (2014). Social Media sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi Vol.13 (01)*, 105-120.

Gora, R., & Budiana, A. (2019). Political Branding Partai Gerindra dalam Era New Media 2.0 (Studi Kasus Political Branding Partai Politik Gerindra Melalui Web Media Digital Online). *Jurnal Ikom USNI, Vol. IX*, 18-34.

Kahar, S. (2014). Pencitraan Politik Partai Nasdem Melalui Iklan Di Televisi. *Jurnal Humanity, Vol. 9 (02)*, 72-84.

Kustiawan, W., Kartika, N., Kesuma, C., Silalahi, F., & Nasution, A. (2022). Kampanye dalam Pemasaran Politik dan Brand Politik. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM), Vol.2 (01)*, 959-964.

Lindawati, D. S. (2013). Strategi Partai Politik dalam Menghadapi Pemilu 2014. *Jurnal Politica Vol.4 (2)*.

Sarbaini. (2015). Demokratisasi dan Kebebasan Memilih Warga Negara dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Inovatif, Vol. VIII (01)*, 107.

Muhammad, A., Al-Hamdi, R., & Kurniawan, B. (2020). Strategi Kampanye Partai Nasionalis: Pengalaman Partai Nasdem pada Pemilu 2019. *Jurnal Politik Profetik*, Vol. 8 (01), 156-185.

Saraswati, M. S. (2018). Social Media and the Political Campaign Industry in Indonesia. *Jurnal Komunikasi ISKI*, Vol. 03, 51-65.

Simarmata, S. (2015). The Modernization of Election Campaigns and Its Research Opportunities in Indonesia's Direct Elections Era. *Jurnal Ilkom*, Vol. 4 (02), 98-113.

Strohmeier, G. (2013). How to Win in Modern Electoral Campaigning. *Sage Journals*, Vol.12 (01).

Skripsi

Amrillah, M. K. (2015). *Kampanye Politik Modern: Studi Kasus Partai Gerindra dalam Pemilu Legislatif Tahun 2019*. Diakses dari Universitas Indonesia Library: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413855&lokasi=lokal>

Mijayanti, N. A. (2022). *Strategi Kampanye Politik Partai Gerindra di Media Sosial Instagram (@Gerindra) pada Pemilu 2019*. Retrieved from Repository UPN Veteran Jakarta: <https://repository.upnvj.ac.id/20715/>

Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Partai Politik

Website

- V, K. (2020, Juni). *Difference between Modern Political Campaigns Vs. Traditional Political Campaigns*. Diakses dari Political Marketer: <https://politicalmarketer.com/difference-between-modern-political-campaigns-vs-traditional-political-campaigns/>
- Yidirim, P. (2020, Agustus). *How Social Media Is Shaping Political Campaigns*. Diakses dari Knowledge at Wharton: <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/how-social-media-is-shaping-political-campaigns/>
- Coman, C. (2010, Desember). *Modern Media Innovation in Electoral Campaigns*. Diakses dari ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/49611405_Modern_media_innovation_in_electoral_campaigns
- Dewi, K. A., Pascarani, N., & Gelgel, N. (2018). *Strategi Branding Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Nasdem Bali dalam Membangun Brand Identity*. Diakses dari E-Jurnal Universitas Udayana: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/40373/24520>
- Perdana, Y. A. (2014). *Strategi Kampanye Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Pileg 2014 di Kabupaten Boyolali*. Diakses dari E-Journal Universitas Diponegoro: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/viewFile/5718/5501>
- Dixon, S. (2022, Oktober). *Social media and politics in the United States - Statistics & Facts*. Diakses dari Statista: <https://www.statista.com/topics/3723/social-media-and-politics-in-the-united-states/#topicOverview>

- Jemadu, L. (2019, Maret). *Jelang Pemilu 2019, Partai Mana Paling Top di Media Sosial?* Diakses dari Suara.com: <https://www.suara.com/tekno/2019/03/18/082212/jelang-pemilu-2019-partai-mana-paling-top-di-media-sosial?page=all>
- Novianto, R. D. (2018). *Survei LSI-ICW Sebut 34% Masyarakat Anggap Suap dan Gratifikasi Wajar.* Diakses dari Sindonews: <https://nasional.sindonews.com/berita/1361542/13/survei-lsi-icw-sebut-34-masyarakat-anggap-suap-dan-gratifikasi-wajar>
- Carina, J. (2019). *Perbandingan Suara Parpol 2014 dan 2019: Dari yang Melejit, Tersingkir, hingga yang Bertahan Jadi Juara.* Diakses dari Kompas: <https://nasional.kompas.com/read/2019/05/21/06353851/perbandingan-suara-parpol-2014-dan-2019-dari-yang-melejit-tersingkir-hingga>
- Nuralam, C. Y. (2019). *Cerita Nasdem dan Politik Tanpa Mahar.* Retrieved from Medcom.id: <https://www.medcom.id/nasional/politik/IKYBLrjN-cerita-nasdem-dan-politik-tanpa-mahar>