

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M., Alung, C., Permadi, I., & Schova, Y. (2023). Strategi Mitigasi Dampak Negatif Politik Identitas Sebelum dan Sesudah Pemilu. *Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* , 4(2), 142–165. [www.journal.kpu.go.id](http://www.journal.kpu.go.id)
- Abdillah, F. M., & Zulhazmi, A. Z. (2021). Kampanye Digital, Politik Lokal, dan Media Sosial. *Journal of Da'wah and Communication* , 1(1), 55–73.
- Adha Azzahra, A. (2023, December 31). *Viral Live TikTok, Kini Muncul Anies Bubble, Video dan Foto Anies Baswedan Dibikin Template ala Idol Kpop*. KILAT.COM. <https://www.kilat.com/nasional/84411372375/viral-live-tiktok-kini-muncul-anies-bubble-video-dan-foto-anies-baswedan-dibikin-template-ala-idol-k-pop>
- Adiesia, K. P., & Sofia, L. (2021). Gambaran Celebrity Worship dan Psychological Well Being Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Korean Pop. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(4), 886. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i4.6826>
- Alim, A. S., & Rahmawati, D. E. (2021). Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter. *Academia Praja: Jurnal Ilmu Politik, Pemerintahan, Dan Administrasi Publik*, 4(2), 441–453.
- Amaly, N., & Armiah. (2021). Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2), 43–52.
- An, J., Kwak, H., Lee, C. S., Jun, B., & Ahn, Y.-Y. (2021). Predicting Anti-Asian Hateful Users on Twitter during COVID-19. *ArXiv Preprint ArXiv*. <http://arxiv.org/abs/2109.07296>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* , 1(2), 1–9. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>

- Aryanti Rasyi Lubis, I., & Fauzi Rabbani, R. (2023). Pencitraan dan Identitas Politik Bagi Masyarakat. *JURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION SCIENCE*, 1(1), 41–55. <https://journals.inaba.ac.id/>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Politik 2019 Pemilu 1955-2019* (Subdirektorat Statistik Politik dan Keamanan, Ed.). Badan Pusat Statistik.
- Banurea, I. S., & Maulina, P. (2022). Political Branding Edy Rahmayadi pada Kampanye Pilgub Sumatera Utara Tahun 2018 melalui Instagram. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 5(2), 115–137. <https://ejurnal.unma.ac.id/index.php/jika/>
- Daft, R. L., Lengel, R. H., & Trevino, L. K. (1987). Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance: Implications for Information Systems. *MIS Quarterly*, 355–366.
- Donets, P., & Krynytska, N. (2022). Here Be Dragons: The Evolution of Cyberspace from William Gibson to Neal Stephenson. *American, British and Canadian Studies*, 38(1), 76–98. <https://doi.org/10.2478/abcsj-2022-0005>
- Dwi Setiawan, A., & Kurniati, P. (2024, January 5). *Fenomena “Anies Bubble”, Pakar Ungkap soal Kekuatan Netizen dalam Politik*. KOMPAS.Com.  
[surabaya.kompas.com/read/2024/01/05/065655978/fenomena-anies-bubble-pakar-ungkap-soal-kekuatan-netizen-dalam-politik](https://surabaya.kompas.com/read/2024/01/05/065655978/fenomena-anies-bubble-pakar-ungkap-soal-kekuatan-netizen-dalam-politik)
- 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>
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun

- Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 118–132. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/>
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Faradis A, N., Ainya Al Fauzah, N., & Ichsan Al Anshori, M. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2, 643–652.
- Farkas, X., & Bene, M. (2021). Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *International Journal of Press/Politics*, 26(1), 119–142. <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>
- Gusri, L., Arif, E., & Dewi, R. S. (2021). Konstruksi Identitas Gender Pada Budaya Populer Jepang (Analisis Etnografi Virtual Fenomena Fujoshi pada Media Sosial). *Mediakita*, 5(1), 1–9.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A. F., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). Pustaka Ilmu. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Haris, A., Amalia, A., & Hanafi, K. (2022). Citra Politik Anies Baswedan di Media Massa. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 15–24.
- Hartiana, T. I. P., Setyarinata, A. W., & Nugraheni, Y. (2020). Citra Politik Susilo Bambang Yudhoyono dan Joko Widodo di Media Sosial. *PROfesi Humas*, 4(2), 155–173.
- Hendratmoko, H., Ratri Rahmiaji, L., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com Terhadap Citra Politik Puan Maharani dan Dampaknya pada Elektabilitas Puan Maharani

Sebagai Bakal Capres. *Doctoral Dissertation, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*. <https://nasional>.

Husna, A. (2017). Analisis Political Branding Calon Kepala Daerah dalam Pilkada Aceh 2017. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(1), 56–73.

Ichsan, Moh., Irawan, A., & Safira, Y. (2023). Analisis Komodifikasi Media Sosial Instagram terhadap Citra Partai Politik Menjelang Pemilihan Calon Presiden 2024. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 7(1), 76–90. <https://doi.org/10.32487/jshp.v7i1.1621>

Junior, I. M. L., & Hanif, N. N. (2024). Pengelolaan Citra Politik Prabowo-Gibran dalam Pemilihan Presiden 2024 pada Akun Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 2(1), 318–326. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura>

Mada, K. (2023, July 24). *Perubahan Logo Twitter Dekatkan Musk pada Mimpi Lama*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/internasional/2023/07/24/perubahan-logo-twitter-dekatkan-musk-pada-mimpi-lama>

Mayasari, F. (2022). Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial. *JOCS: Journal of Communication and Society*, 1(1), 27–44.

McCallum, S. (2023, July 25). “Twitter” Diubah Menjadi “X” - Mengapa Elon Musk Terobsesi Dengan Huruf X? Bbc.Com . <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-66288962>

Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)* (Edisi Pertama). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press.

Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet* (N. S. Nurbaya, Ed.; Pertama). Simbiosis Rekatama Media.

- Nuswantari, S. A. (2022). Citra Pemimpin Daerah di Media Sosial: Analisis Isi Tweet Mengenai Sutiaji di Twitter. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 248–263. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i2.168>
- Permana Lukman, O., Djoko W. Tjahjo, J., & Irawan Aritonang, A. (2018). Komunikasi Kelompok Antara Koordinator Dan Anggota Kelompok Suporter Persebaya Surabaya (Bonekmania) Dalam Memperbaiki Citra. *Jurnal E-Komunikas*, 6(2), 1–10.
- Pratiwie S, N. (2023). Chatbots in the Workplace: An Interpretive Phenomenological Study of Workers on the Use of ChatGPT. *International Journal of Social Service and Research*, 3(9), 2296–2305. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i9.537>
- Pusparimb, T. M., Djuyandi, Y., & Solihah, R. (2021). Strategi Pemenangan Jokowi dan Ma'ruf Amin dalam Pemilihan Presiden 2019 melalui Pencitraan Politik. *PERSPEKTIF*, 10(2), 555–561. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4786>
- Puspitaningrum, D. R., Laura, P., & Irwansyah. (2020). Teori Kekayaan Media dalam Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi Pejabat Publik: Studi Kasus Gerakan Blokir Akun Twitter Juru Bicara Presiden. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 227–237. [www.tekno.kompas.com](http://www.tekno.kompas.com)
- Putra, M. A., & Jacky, M. (2016). Integrasi Virtual antar Cyberfandom K-Pop dalam Blogosphere. *Jurnal Paradigma*, 4(1), 1–10.
- Putra, R. S., & Irwansyah. (2020). Media Komunikasi Digital, Efektif Namun Tidak Efisien, Studi Media Richness Theory dalam Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi di Masa Pandemi. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(2), 1–13.

- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* , 3(1), 18–29.
- Rahman, H., & Harmonis, F. (2022). Aktivitas Publik Relations Politik Pengelolaan Citra Prabowo sebagai Capres 2019. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(6), 8387–8398.
- Rezeki, S. R. I., Restiviani, Y., & Zahara, R. (2020). Penggunaan Media Sosial Twitter Dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Dalam Penanganan Covid-19). *Journal of Islamic and Law Studies*, 4(2), 63–78.
- Rijal Fadli, M. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Rosdiansyah. (2024, January 20). @aniesbubble/ Sartori. Cakrawarta.Com. [cakawarta.com/aniesbubble-sartori.html#google\\_vignette](https://cakawarta.com/aniesbubble-sartori.html#google_vignette)
- Sadya, S. (2022, December 12). *Data Tingkat Partisipasi Pemilih dalam Pilpres, Tertinggi 2019*. Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-tingkat-partisipasi-pemilih-dalam-pilpres-tertinggi-2019>
- Safarudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680–9694.
- Siddha, A., & Wulandari, W. (2023). Deconstruction of Anies Baswedan’s Political Image on Twitter Through The Hashtag #ANIESGABENERPEMBOHONG. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 8(1), 70–78. <https://doi.org/10.24198/jwp.v8i1.45019>

- Simbolon, C. A. D., & Siahaan, C. (2021). Penggunaan Komunikasi Media Sosial Twitter di Kalangan Remaja di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *10*(3), 219–226.
- Statista. (2023, January). *Leading Countries Based on Number of X (formerly Twitter) Users as of January 2023 (in millions)*. Statista.Com . <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>
- Steffan, D. (2020). Visual Self-Presentation Strategies of Political Candidates on Social Media Platforms: A Comparative Study. *International Journal of Communication*, *14*, 3096–3118. <http://ijoc.org>.
- Subiyanto, A. E. (2020). Pemilihan Umum Serentak yang Berintegritas sebagai Pembaruan Demokrasi Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, *17*(2), 355. <https://doi.org/10.31078/jk1726>
- Sulistyo, P. B. (2018). Remaja dan Media Sosial: Studi Resepsi Pesan-Pesan Politik Jelang Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) DKI Jakarta Tahun 2017. In *Media dan Komunikasi Politik*.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, *1*(1), 53–61. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Tseng, C.-H., & Wei, L.-F. (2020). The Efficiency of Mobile Media Richness Across Different Stages of Online Consumer Behavior. *International Journal of Information Management*, *50*, 353–364. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.010>
- Utami, L. S. S. (2015). Teori-Teori Adaptasi Antar Budaya. *Jurnal Komunikasi*, *7*(2), 180–197.
- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana*:

*Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu* , 4(1), 623–632. <https://e-journal.iahngdepudja.ac.id/index.php/SN>

Venus, A., Rena, N., & Munggaran, D. (2017). Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. *Dialektika*, 4(1).

We Are Social. (2024, January 31). *Digital 2024: Billion Social Media Users*. Wearesocial.Com. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Widiastuti, A., Bajari, A., & Mirawati, I. (2023). Studi Etnografi Virtual: Konstruksi Identitas Virtual Anggota Subkultur Humor Mencela Diri Di Tiktok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(2), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4754/http>

Wilinny, Halim, C., Sutarno, Nugroho, N., & Hutabarat, F. A. M. (2019). Analisis Komunikasi Di PT. Asuransi Buana Independent Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(1), 1–6.

Zhuk, A. (2023). Virtual Sovereignty: Examining the Legal Status of Micronations in Cyberspace Through the Case of the Republic of Errant Menda Lerenda. *Digital Society*, 2(3). <https://doi.org/10.1007/s44206-023-00067-x>