

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Hasan, K. (2015). Modul Komunikasi Politik (Lengkap 2015) - Ilmu Komunikasi FISIP UNIMAL.
- Setiawan, A. (2018). Komunikasi Politik. *Program studi ilmu politik fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas muhammadiyah Yogyakarta.*
- Wahid, U. (2016). Komunikasi politik: Teori, konsep, dan aplikasi pada era media baru. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media.*

Jurnal :

- Arnanda, A. N. (2023). Political Branding Akun Instagram @AniesBaswedan dalam Isu Pilpres Indonesia 2024. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4).
- Aryadillah, A., & Fitriansyah, F. (2022). Strategi kampanye politik anies baswedan dalam membangun citra politik pada pemilihan presiden tahun 2024. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 87-92.
- Bossetta, M. (2018). The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 US election. *Journalism & mass communication quarterly*, 95(2), 471-496.
- Edgerly, S., & Thorson, K. (2020). Political communication and public opinion: Innovative research for the digital age. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 189-194.
- Eldin, A. K. (2016). Instagram role in influencing youth opinion in 2015 election campaign in Bahrain. *European scientific journal*, 12(2).
- Finandra, S., Murahartawaty, M., & Hamami, F. (2021). Penerapan Analisis Sentimen Melalui Data Instagram Untuk Mengetahui Reputasi Wisata Kuliner Di Kota Bandung Menggunakan Metode Klasifikasi Naïve Bayes. *eProceedings of Engineering*, 8(5).
- Ichsan, M., 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.

- Justan, R., Margiono, M., Aziz, A., & Sumiati, S. (2024). Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(2), 253-263.
- Khasabu, S., & Rahmanto, A. N. (2023). Social Media Preference to Reach Young Indonesian Voters. *Journal of Social and Political Sciences*, 6(1).
- Muttaqin, P. M., & Fadhlain, S. (2020). Citra Politik Prabowo-Sandi Dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 Di Akun Media Sosial Instagram. *Interak. J. Ilmu Komun*, 9(1), 40-50.
- Permatasari, I. (2022). Analisis Framing Model PAN dan Kosicki terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Nyapres di 2024: Pada Media Online CNNIndonesia.com dan Tempo. co. *Perspektif*, 1(6), 616-624.
- Prakoso, B., Himmah, R. A., & Illahi, F. K. (2023). Dinamika Politik Menuju Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia: Studi Social Network Analysis. *Jurnal Lanskap Politik*, 1(3), 107-134.
- Susilowati, T., & Rahmanto, A. N. (2024). Digital Storytelling in Political Marketing Communication Ganjar Pranowo and Anies Baswedan on Instagram Leading Up to the 2024 Presidential Election. *Formosa Journal of Social Sciences (FJSS)*, 3(1), 45-60.
- Towner, T. L., & Muñoz, C. L. (2022). A long story short: An analysis of Instagram stories during the 2020 campaigns. *Journal of Political Marketing*, 21(3-4), 221-234.

Website :

<https://ivosights.com/read/artikel/data-crawling-pengertian-tujuan-dan-cara-kerjanya>

<https://algorit.ma/blog/data-science/data-crawling-2022/>

<https://kaltim.tribunnews.com/2023/12/16/elektabilitas-capres-setelah-debat-danhasil-survei-capres-cawapres-2024-terbaru-diprediksi-berubah>

<https://www.instagram.com/prabowo/>

https://www.instagram.com/ganjar_pranowo/

<https://www.instagram.com/aniesbaswedan/>

<https://news.detik.com/pemilu/d-7032100/elektabilitas-anies-ganjar-prabowo-di-4-survei-terakhir>