

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. The Free Press
- Budiardjo, M. (2008). *DASAR-DASAR ILMU POLITIK*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- 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*, October. <https://www.researchgate.net/publication/282441999>
- Creswell, J. W. (2009). Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *Muqarnas* (Vol. 8). Sage Publications. <https://doi.org/10.1163/22118993-90000268>
- Cwalina, W., Falkowski, A., & Newman, B. I. (2011). *Political Marketing Theoretical and Strategic Foundations*. Routledge.
- Flew, T., & Smith, R. (2018). *New Media: An Introduction* (Issue July). Oxford University Press.
- Hardani, Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F. U., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March). CV Pustaka Ilmu Group.
- Haryanto. (2018). *Sosialisasi Politik : Suatu Pemahaman Awal*. PolGov.
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing Ethnographic Research Online. In *International Journal of Advertising* (Vol. 29, Issue 2). SAGE Publications. <https://doi.org/10.2501/S026504871020118X>
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography : Redefined*. Sage Publications Inc.
- Labolo, M., & Ilham, T. (2015). Partai Politik Dan Sistem Pemilihan Umum Di Inonesia. In *Occupational Health* (Vol. 51, Issue 5). <http://eprints.ipdn.ac.id/16/2/Isi.pdf>
- Lees-Marshment, J., Conley, B., Elder, E., Pettitt, R., Raynauld, V., & Turcotte, A. (2019). *Political Marketing (3rd Edition)* (Vol. 01). Routledge.
- Mentari, D. S. (2018). Harga Sebuah Pilihan: Strategi PKS dan Partai Demokrat Menata Raut Wajah. In *Penerbit Polgov*.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). The Brand Called You: Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business. In *McGraw -Hill*. McGraw-Hill.
- Muhtadi, B. (2012). *Dilema PKS: Suara dan Syariah*. Kepustakaan Populer Gramedia.

O'Shaughnessy, N. J. (1990). *The Phenomenon Of Political Marketing*. Macmillan.

Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research and Development*. Pusaka Jambi.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. In *Penerbit Alfabeta*. Alfabeta.

## JURNAL

Downer, L. (2013). *Political Branding in Australia : a Conceptual Model*. *March*, 1–25.

El Qudsi, M. I., & Syamtar, I. A. (2020). Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 167. <https://doi.org/10.24853/pk.4.2.167-185>

Gan Giantika, G. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Penjualan Fashion Muslim Online (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zilohijab). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 169–175. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom>

Harris, A., Wyn, J., & Younes, S. (2010). Beyond apathetic or activist youth: “Ordinary” young people and contemporary forms of participation. *Young*, 18(1), 9–32. <https://doi.org/10.1177/110330880901800103>

Jain, V., Pich, C., Ganesh, B. E., & Armansdottir, G. (2017). Exploring the Influences of Political Branding: A case from the Youth in India. *Journal of Indian Business Research*, 9(3), 190–211. <https://doi.org/10.1108/JIBR-12-2016-0142>

Kuada, C. M., Tamowangkay, V., & Tulung, T. (2023). Peran Media Sosial sebagai Sarana Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Sam Ratulangi Politics Review*, 1(1), 1–6.

Marland, A., & Flanagan, T. (2013). Brand New Party: Political Branding and the Conservative Party of Canada. *Canadian Journal of Political Science*, 46(4), 951–972. <https://doi.org/10.1017/S0008423913001108>

Maulana, R. G., & Djuyandi, Y. (2023). Strategi Komunikasi Politik PKS dalam Mempertahankan Konstituen di Jawa Barat Melalui Instagram. *Journal of Social and Policy Issues*, 3(2), 78–86. <https://doi.org/10.58835/jspi.v3i2.138>

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>

Pasaribu, P. (2017). Peranan Partai Politik dalam Melaksanakan Pendidikan Politik. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v5i1.1125>

- Pich, C., & Newman, B. I. (2020). Evolution of Political Branding: Typologies, Diverse Settings and Future Research. *Journal of Political Marketing*, 19(1–2), 1–12. <https://doi.org/10.4324/9781003045199-1>
- Purnamasari, G. C. (2019). *EKSISTENSI, PERAN, DAN PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM SAYAP PARTAI POLITIK KEPADA PARTAI POLITIK*. 7(1), 31–41.
- Rosadi, B., Darmawan, C., & Anggraeni, L. (2020). Pengaruh Pesan Politik Di Media Sosial Terhadap Peningkatan Literasi Politik Generasi Milenial. *Jurnal Civicus*, 20(1), 26–30.
- Rosilawati, Y. (2008). Employee branding sebagai strategi komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPNY*, 6(3), 153–161. <http://www.jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/61/64>
- 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(April 2015), 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>

## SKRIPSI

- Allymatul. (2023). *Strategi Political Branding Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) di Media Sosial Instagram @pdiperjuangan pada Tahun 2022*. UPN Veteran Jakarta.
- Haris, H. (2018). *Patronase dan Afiliasi Santri pada Partai Politik di Pondok Pesantren Darul Arqam Gombara*. UIN Alauddin Makassar.
- Legiarta, A. (2018). *PEMBENTUKAN POLITICAL BRANDING PARTAI BARU (STUDI KASUS PARTAI PERINDO)*. Universitas Indonesia.
- Videska, A. V. V. (2023). *Komunikasi Politik PKS dalam Meraih Suara Milenial Pada Instagram @pksmudacom*. <http://mimbarakademika.com/index.php/jma/article/view/57>

## INTERNET

- Akbar, A. (2024). *Survei ASI kepada Gen Z : PDIP 22 , Gerindra 16,0%, PKS 15 %*. <https://news.detik.com/pemilu/d-7122526/survei-asi-kepada-gen-z-pdip-22-5-gerindra-16-0-pks-15>
- Horvath, A., & Paolini, G. (2012). Political Participation and EU Citizenship : Perceptions and Behaviours of Young People Evidence from Eurobarometer surveys. In *Eacea*.

- Kemp, S., & Kepios. (2023). *Digital Around*. <https://datareportal.com/global-digital-overview>
- Kumparan.com. (2019). *Di Balik Suara Stagnan PKS*. KumparanNEWS. <https://kumparan.com/kumparannews/di-balik-suara-stagnan-pks>
- Mubarok, A. (2008). *PKS Berambisi Melepas Stigma Kolot*. Inilah.Com.
- News.detik.com. (2007). *Baitul Muslimin Indonesia , Masjid Tanpa Bulan dan Bintang*. DetikNews. <https://news.detik.com/berita/d-760718/baitul-muslimin-indonesia-masjid-tanpa-bulan-dan-bintang>
- News.republika.co.id. (2015). *Ketua Munas: PKS takkan Kembali ke Partai Konservatif*. <https://news.republika.co.id/berita/nunjk2330/ketua-munas-pks-takkan-kembali-ke-partai-konservatif>
- Pinterpolitik.com. (2022). *Segmen Identitas Jadikan PKS Stagnan?* <https://www.pinterpolitik.com/in-depth/segmen-identitas-jadikan-pks-stagnan/>
- Pks-jakarta.or.id. (2022). *Dapat Nomor Urut 8, PKS Tulus Berkhidmat pada Rakyat*.
- Pks.id. (2019a). *Perolehan Suara di Pemilu 2019 Fantastis , PKS : Berkah dan Amanah*. <https://pks.id/content/perolehan-suara-di-pemilu-2019-fantastis-pks-berkah-dan-amanah>
- Pks.id. (2019b). *PKS Sebut FPI Tak Pernah Makar dan Lawan Pancasila*. <https://pks.id/content/pks-sebut-fpi-tak- pernah-makar-dan-lawan-pancasila> (2019)
- Pks.id. (2020a). *PKS Luncurkan Lambang Baru, Ini Makna dan Filosofinya*. <https://pks.id/content/pks-luncurkan-lambang-baru-ini-makna-dan-filosofinya>
- Pks.id. (2020b). *Sejarah Partai Keadilan Sejahtera*. <https://pks.id/content/sejarah-partai-keadilan-sejahtera>
- Pks.id. (2020c). *Visi dan Misi PKS*.
- Pks.id. (2021). *Cerita Salim Segaf Al Jufri soal Upaya Hilangkan Stigma PKS Radikal dan Wahabi*. <https://pks.id/content/cerita-salim-segaf-al-jufri-soal-upaya-hilangkan-stigma-pks-radikal-dan-wahabi>
- Pksmuda.net. (2023). *Kenapa PKS Muda Hadir ?* <https://www.pksmuda.net/pks-muda/tentang-kami>
- Simon Kemp. (2023). *The state of digital in Indonesia in 2023*. <https://Datareportal.Com/>.
- Sjafriani, R. (2010). *PKS Nyatakan Terbuka Menerima Kader Non-Muslim*. <https://news.republika.co.id/berita/120715/pks-nyatakan-terbuka-menerima-kader-nonmuslim>
- Tika Ayu. (2023). *KPU Sebut 60 persen Pemilih Indonesia di Pemilu 2024*

*Didominasi Kelompok Muda.* Tempo.Co.  
<https://nasional.tempo.co/read/1692894/kpu-sebut-60-persen-pemilih-indonesia-di-pemilu-2024-didominasi-kelompok-muda>

Yonatan, A. Z. (2023). Pengguna instagram berdasarkan usia 2023. In *Goodstats*.  
<https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan%02rentang-usia-2023-MEdzz>