

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim, R. P. (2019). Strategi Komunikasi Politik Dpc Pdi Perjuangan Surabaya Pada Pemilu Legislatif 2019. *Sosiologi Reflektif*, 187-207.
- Ahmad Sahron, G. F. (2019). “Politik Tanpa Mahar”: Semiotika Jargon Komunikasi Partai Nasional Demokrat Di Era Demokrasi Biaya Tinggi. *Jurnal Semiotika Vol.13 (No. 2)* : no. 146 - 152., 149.
- 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>
- Al-Husainni, Y. D., & Fuady, M.. (2016). Strategi Komunikasi Politik Kader Muda Partai Gerindra 1 1,2. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2(1), 257–265. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/2991>
- Alvin, S. (2020). Strategi Komunikasi Politik Juru Bicara Wakil Presiden Jusuf Kalla (JK) 2014-2019 sebagai Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 43-62.
- 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>
- Andi Muhammad Sary Sakti, R. A.-H. (2020). Strategi Kampanye Partai Nasionalis: Pengalaman Partai Nasdem Pada Pemilu 2019. *Jurnal Politik Profetik Volume 8, No. 1*.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal komunikasi*.

- Arasid, M. I., Djuyandi, Y., & Sumadinata, R. W. (2022). Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri. *Jurnal Sosial Politik*, 8(1), 62–77. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v8i1.12779>
- Arasid, M. I., Djuyandi, Y., & Sumadinata, R. W. (2022). Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri. *Jurnal Sosial Politik*, 8(1), 62–77. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v8i1.12779>
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01*.
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik, Filsafat, Paradigma, Teori, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Graha Ilmu.
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik, Filsafat, Paradigma, Teori, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Graha Ilmu.
- Assiddiq, D. A. (2021). Strategi Komunikasi Politik Tim Kampanye Daerah Joko Widodo - K.H. Ma'ruf Amin Provinsi Jawa Timur Pemenangan Pilpres 2019. *Jurnal Nomosleca*, 107-117.
- Bakrie, U. (2018). BAB IV Strategi Partai Nasdem dalam Pilkada serentak 2018. <https://repository.bakrie.ac.id/2648/5/02.%20BAB%20IV.pdf>.
- 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.
- Budiardjo, Miriam. (2004). *Dasar-Dasar Ilmu Politik : Miriam Budiardjo (Cet. Ke26)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- 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>
- Cangara, H. (2016). Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2009. “ Komunikasi Politik; Konsep, Teori, dan Strategi”. Jakarta : Raja Grafindo.
- Cangara, Hafied. 2009. Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi. Jakarta: Rajawali Pers
- Creswell, John W. 2014. Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Damayanti, N., & Hamzah, R. E. (2017). Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-Jk Pada Politik Pemilihan Presiden 2014. Wacana, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 16(2), 279. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.52>
- Dr. Thomas Tokan Pureklolon, M.Ph., M.M., M.Si. (2016). Komunikasi Politik: Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, Dan Negarawan
- Dr. Umaimah Wahid, M. (2016). Teori Komunikasi Politik, Teori, Konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru. Kampanye Politik.
- Edwi Arief SosiawanWibowoRudi. (2019). Kontestasi Berita Hoax Pemilu Presiden Tahun 2019 di Media Daring dan Media Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi,.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Efriza & Jerry Indrawan. (2018). Komunikasi politik: Pemahaman secara teoritis dan empiris. Intrans Publishing: Malang.

- El-Haddad, A. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial Faridhian Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101. <http://dosen.univpancasila.ac.id/dosenfile/7014211002154994371612February2019.pdf>
- Fadhilah Juwita Lestari, S. P. (2018). Strategi Kampanye Ridwan Kamil Dalam Media Instagram. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 26.
- Fahrian, F. (2014). Media Televisi Sebagai Basis Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat (Studi Penelitian Terhadap DPP Partai NasDem). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/16594/15970>.
- Faiza, L. (2019). Strategi Komunikasi Politik Pks Pada Pemilihan Umum(Pemilu) Tahun 2019 Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 140-151.
- Fajar, D. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kampanye Di Era Pandemi COVID-19 Pasangan “ARTYS” Pada Pilkada Blora. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 14.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi Vol. 1 No. 1* , 16.
- Fikry Zahria Emeraldien, R. J. (2019). Twitter Sebagai Platform Komunikasi Politik Di Indones. *Scan Vol. XIV Nomor 1*.
- Firdha Umari, S. I. (2020). Strategi Komunikasi Politik Caleg Perempuan dalam Pileg 2019 di Kota Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 55-65.
- Gantiano, H. E. (2018). Politikus Sebagai Komunikator Politik. *Dharma Duta*, 16(1). <https://doi.org/10.33363/dd.v16i1.145>
- Gita Juniarti, Y. I. (2018). Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan Di Instagram Menjelang Pilpres 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 116—132.

- Guervitch, Michael., Coleman, Stephen., Blumler, Jay G. 2009. "Political Communication -- Old and New Media Relationships" dalam *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 625, hal.164-182.
- Gun Gun Heryanto. (2018). *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD, 334–337.
- Gun Gun Heryanto. (2018). *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD, 334–337.
- Hafied Changara, 1952- (penulis). (2016; ©1998). *Pengantar ilmu komunikasi/ Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.Sc.. Jakarta :: RajaGrafindo Persada,.*
- Harahap, I. H. (2020). *Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3.
- Haris. (2019). *Komunikasi Generasi Milenial Dalam Merespon Tagar2019 Ganti Presiden*. *Aspirasi, Jurnal S1 Ilmu Politik*, 1-20.
- Hastira, M. (2020). *Perubahan Politik Elektoral Dan Strategi Menghadapinya (Studi Kasus Partai Nasional Demokrat (NASDEM) Dalam Menghadapi Pemilihan Legislatif 2019)*. 42.
- Hendra Sapitri, N. L. (2020). *Media Televisi Swasta Dan Politik Dalam Pemilihan Presiden 2019 Ditinjau Dari Perspektif Agenda Setting*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*.
- Henry Subiakto (penulis); Rachmah Ida (penulis). (2012.; ©2012). *Komunikasi politik, media, & demokrasi / penulis, Henry Subiakto, Rachmah Ida. Jakarta :: PT Kharisma Putra Utama: Kencana,.*
- Heryanto, D. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Heryanto, Gun Gun. 2018. " *Media Komunikasi Politik (Relasi Kuasa Media di Panggung Politik)*". Wonosari : IRciSod

- Huntington, S. & Nelson, J. (1977). *No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries*. Cambridge: Harvard University Press.
- I Made Wimas Candranegara, I. P. (2019). Partisipasi Generasi Milenial dalam Kancah Politik Nasional 2019. *Bali Membangun Bali, Jurnal Bappeda Litbang*, 21-30.
- Indra Wahyu Krisnanto, D. F. (2019). Strategi Pemasaran Politik Pada Era Digital: Pemanfaatan Instagram Dalam Kampanye Politik Pada Pllgub DKI Jakarta 2017. *journal of Politic and Government Studies*, vol. 8, no. 03, 15.
- Jandevi, U. (2019). Communication strategy to improve women's political participation in Indonesia. *International Journal of Communication and Society*, 68-81.
- KAID, Lynda Lee ; Ahmad Asnawi ; Rizal, M. (2015). *Handbook Penelitian Komunikasi Politik / Lynda Lee Kaid; Penerjemah, Ahmad Asnawi; Penyunting, M. Rizal*
- 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).
- Krista Yuliani, H. T. (2020). Bagaimana Kandidat Minoritas Memenangkan Pilkada: Analisis Strategi Politik dalam Bingkai Bourdieusian. _____Korespodensi:Departemen Politik dan Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Jl. Prof. Soedarto,JIIP: *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 58- 69
- Latumainase, M. (2015). Strategi Rekrutmen Politik Partai Nasdem Dalam Pemilu Legislatif Di Kota Ambon . digilibadmin.unismuh.ac.id.

- 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.
- M. Ali sofyan, P. L. (2020). Strategi Komunikasi Politik Ulama Nahdlatul Wathan Pancor Dalam Membentuk Opini Publik Pilkada Padapemilihan Umum Presiden Tahun 2019. *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan ekonomi)*, 57-73.
- Ma'aruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilihan 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 Pdp Di Kota Bitung Pada Pemilihan Umum Calon Legislatif 2019. *Jurnal Politico*, 8(3).
- Mariam Fatima Barata, M. B. (2019). Strategi Publisitas & Propaganda Politik (Studi Pada Kandidat Presiden & Wakil Presiden, Jokowi-Kh. Ma'ruf Amin). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 135-154.
- Milbrath, L. & Goel, M. (1977) *Political Participation* (2nd ed). Chicago: Rand McNally.
- Mozefani, F., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., & Irwansyah. (2020). Retorika Politik Susilo Bambang Yudhoyono : Pendekatan Political Retorics of Susilo Bambang Yudhoyono : Approach Critical Discourse Analysis. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, III(I), 45–68.
- Muhadam, L., & Teguh, I. (2015). Partai Politik Dan Sistem Pemilihan Umum Di Indonesia. *Partai Politik Dan Sistem Pemilihan Umum Di Indonesia Teori, Konsep Dan Strategi*, 1, 14, 22.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. Xiv. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.

- Mulyani, R. (2021). Political Branding Tsamara Amany Alat selama Masa Kampanye Pemilu Legislatif 2019 Di Media Sosial. *Jurnal Lugas*, 5(1), 21–30. [Http://Ojs.Stiami.Ac.Id](http://Ojs.Stiami.Ac.Id)
- My. Tiyas Tinovhandokotito. Strategi Politik; Preferensi Partai Politik Menghadapi Pemilu Di Aras Lokal.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, A. R. (2022). Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Cory Sriwaty Sebayang – Theopilus Ginting Pada Pilkada Karo Tahun 2020. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [Jimsipol]*, 1-12.
- Nimmo, Dan; Jalaluddin Rakhmat; Tjun Surjaman. (2005). *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan, Dan Media / Dan Nimmo ; Penerjemah, Tjun Surjaman ; Penyunting, Jalaludin Rakhmat*. Bandung :: Remaja Rosdakarya,.
- 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>
- Nur Rohim Yunussusilowati, Zahrotunnimahida. (2019). Kecebong Versus Kampret; Slogan Negatif Dalam Komunikasi Politik Pada Pemilihan Presiden 2019. *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I*.
- Nurudin. 2002. *Komunikasi Propaganda*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Olsen, M. (1973). A Model Of Political Participation Stratification. *Journal Of Political And Military Sociology*. No. 1 Fall, 183-200.
- Palgrave Macmillan. (2018). *Political Marketing And Management In The 2017 New Zealand Election*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94298-8>

- Persily, I. N., Tucker, J. (2020). *Social Media And Democracy: The State Of The Field, Prospects For Reform*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 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>
- Qadaruddin, Muhammad (Pengarang). (2016.). *Kepemimpinan Politik Perspektif Komunikasi / Dr. Muhammad Qadaruddin, M. Sos.I.*. Yogyakarta :: Deepublish,.
- Rahyadi, I., & Aras, M. (2020). Donald Digital Marketing: An Exploratory Study Of Digital Political Marketing In Trump Presidential Campaign. *Pertanika Journal Of Social Sciences And Humanities*, 28, 337–346.
- Rahyadi, I., & Aras, M. (2020). Donald Digital Marketing: An Exploratory Study Of Digital Political Marketing In Trump Presidential Campaign. *Pertanika Journal Of Social Sciences And Humanities*, 28, 337–346.
- 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. *Administras - Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 6(1). [Http://ejournal.stiabinabanuabjm.ac.id/index.php/administras](http://ejournal.stiabinabanuabjm.ac.id/index.php/administras)
- 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 \(Umrah.Ac.Id\)](#)
- Saeful Mujab, A. I. (2020). Komunikasi Politik Identitas K.H. Ma'ruf Amin Sebagai Strategi Depolarisasi Agama Pada Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 54-66.
- 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 Leader. *Journal Of Political Marketing*.
- 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>
- Suhandang, Kustadi. 2009. *Retorika: Strategi Teknik Dan Taktik Pidato*. Bandung: Nuansa.
- Surahmadi. (2017). Strategi Pemenangan Politik Pasangan Idzanarjo Dalam Pemilukada Kabupaten Brebes Periode 2012- 2017. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 91-111.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.
- 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.
- Susanto, E. H. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 163-172.
- Susanto, Eko H. (2013) *Komunikasi Politik Pesan Kepemimpinan Dan Khalayak*. Penerbit Mitra Wacana Media: Jakarta
- 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>

- Tommy Suprpto, Gunawan, Nuno, & Ratino. (2009). Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi (Cet 1.). Yogyakarta: Media Pressindo.
- 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>
- 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).
- Wicaksono, F. A. (2016). Strategi Politik Partai Nasional Demokrat Dalam Perolehan Suara Pada Pemilu Legislatif 2014.
- 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).
- Yasir. (2014). Kekuatan Media Massa Dalam Komunikasi Politik : Internet Sebagai Sebuah Alternatif . Seminar Besar Nasional Komunikasi.
- Yerik. (2017). Strategi Pdi Perjuangan Dalam Memenangkan Pasangan Jokowi Jusuf Kalla Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden 2014.
- Yofva Triapriany, M. S. (2020). Strategi Politik Dalam Pileg 2019 Danu Mirwando Calon Legislatif Dprd Dari Partai Nasdem Di Kecamatan Sukarami Kota Palembang. *Journal On Politics And Islamic Civilization*, Vol. 1 No.3, 12.
- 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*.
- Zuhra, N., Lubis, K., & Tagor, R. A. (2022). Political Communication Strategy Of The Pdi Perjuangan Party. <https://doi.org/10.46806/jkb.v10i1.822>