

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Budiardjo, M. (2017). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Christoper Pich, D. D. (2015). “Political branding: sense of identity or identity crisis? An investigation of the transfer potential of the brand identity prism to the UK Conservative Party”.
- David, A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Dr. Anang Anas Azhar, M. A. (2017). *Pencitraan Politik Elektoral Kajian Politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat Editor*.
- Firmanzah, P. (2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life* . Garden City, New York: Doubleday Anchor.
- Kapferer. (2008). *The New Strategic Brand Management 4th Edition*. United Kingdom.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Kennedy, R. (2014). Did Obama Fail Black America? *Politico Magazine* .
- Khedher, M. (2010). Personal Branding Phenomenon. *International Journal of Information, Business and Management*.
- Kompas.com. (2024). Daftar 100 Caleg DPRD Banten Terpilih Hasil Pemilu 2024.
- Kotler, P., & Kapferer, J. N. (2008). “*New exciting ideas and perspectives on brand building!*”

Cantika Sashi Kirana, 2024

*POLITICAL BRANDING HJ. DESY YUSANDI DALAM MEMBANGUN CITRA KANDIDAT PADA KAMPANYE PEMILIHAN LEGISLATIF 2024 DI KOTA TANGERANG*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Politik

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) — [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) — [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

KPU Provinsi Banten . (2024). KEPUTUSAN KOMISI PEMILIHAN UMUM PROVINSI BANTEN NO. 30 TAHUN 2024 TENTANG PENETAPAN HASIL PEMILIHAN UMUM ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH PROVINSI BANTEN .

Lees-Marshment, J. (2010). *Political Marketing: Principles and Applications*. Routledge

Maharani, N. &. (2018 ). UPAYA KOMISI PEMILIHAN UMUM UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF DI KOTA SURAKARTA.

Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Nashville: VaughanPrinting.

Nursal, A. (2004). *Political Marketing Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia.

Price, L. (2015). *The Modi Effect: Inside Narendra Modi's Campaign to Transform India*. Hodder & Stoughton .

Prihatmoko, J. J. (2005). *Pemilihan kepala daerah langsung: filosofi, sistem dan problema penerapan di Indonesia*. Semarang: Pustaka Pelajar

Wilson, J. (2020). *Jacinda Ardern: A New Kind of Leader*. HarperCollins.

## **Jurnal & Skripsi**

Abidin, H. (2011). Kota dan Sejarah Keturunan Tionghoa di Tangerang. *Jurnal Penelitian Sejarah.*, 12(2), 87-96.

Cantika Sashi Kirana, 2024

*POLITICAL BRANDING HJ. DESY YUSANDI DALAM MEMBANGUN CITRA KANDIDAT PADA KAMPANYE PEMILIHAN LEGISLATIF 2024 DI KOTA TANGERANG*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Politik

[www.upnvj.ac.id — www.library.upnvj.ac.id — www.repository.upnvj.ac.id]

- Ahmed, M. A., Lodhi, S. A., & Shahzad, M. N. (2011). Political Brand: trusting a candidate in the age of mistrust. *Journal of Business and Retail Management Research*, 5(2), 131-141.
- Analyzy CBAP . (2022). Visions of Empire: Erdogan’s Ottoman Nostalgia and the Future of Turkish-Western Relations. *CBAP.CZ*.
- Colak, E. (2024). Homegrown and national culture’: the cultural policies of Erdogan’s ‘New Turkey’. *International Journal of Cultural Policy* .
- Dekan, C. P. (2015). “Political branding: sense of identity or identity crisis? An investigation of the transfer potential of the brand identity prism to the UK Conservative Party” .
- Djusmin, H. (2016). Komunikasi Politik (Ana-lisis Terhadap Pencitraan Politik Tenri Olle Yasin Limpo Pada Pilkada Serentak 2015). *Skripsi (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016)*.
- Fatmawati, A. (2018). Political Branding “Sobat Mustafa” Dalam Pembentukan Citra Mustafa Sebagai Bakal Calon Gubernur Lampung Periode 2018-2023.
- Halim, Abidin. (2011). "Kota dan Sejarah Keturunan Tionghoa di Tangerang." *Jurnal Penelitian Sejarah*. 12(2), 87-96.
- Hasan, K. (2009). Komunikasi politik dan pecitraan (analisis teoritis pencitraan politik di Indonesia). *Jurnal Online Dinamika fisip Unbara Palembang, volume 2 Nomor 4*.
- Heryanto, G. G. *Implementasi Personal Branding Gubernur Dki Jakarta Melalui Akun Instagram Pribadi* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Mikhail, A. (2020). Why Recep Tayyip Erdogan’s Love Affair with the Ottoman Empire Should Worry The World. *Time.com*.

- 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.
- Oktaviani, T. (2022). *Daftar Kecamatan, Kelurahan dan Kode Pos di Kota Tangerang*. Kompas.com.
- Pich, C., & Dean, D. (2015). *Political branding: sense of identity or identity crisis? An investigation of the transfer potential of the brand identity prism to the UK Conservative Party*. *Journal of Marketing Management*, 31(11-12), 1353-1378.
- Regita, S. B. (2024). *Kepemimpinan Indonesia dari Masa ke Masa*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Sahid, R., & Budianto, H. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Airlangga Hartarto Dalam Membangun Political Branding Menjadi Capres 2024. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 13(2), 238-250.
- Setiyani, W. (2022). Branding Politik Caleg Perempuan dari Partai Islam: Studi Kasus Lilis Nurlia dan Eka Widayanti Latief di Kota Bekasi. *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 2(2), 132-144.
- Suseno, M. A., Tamitiadini, D., & Kom, S. I. (2019). *Strategi Brand Communication Pada Rebranding Galaxy Property Dalam Membentuk New Brand Identity* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

## Website

- CNBC Indonesia. (2024). Berkah Ramadan, Kampung Nastar Tangerang Kebanjiran Pesanan.
- DCT Info Pemilu KPU. (2024). Profil Calon Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Banten.

Cantika Sashi Kirana, 2024

*POLITICAL BRANDING HJ. DESY YUSANDI DALAM MEMBANGUN CITRA KANDIDAT PADA KAMPANYE PEMILIHAN LEGISLATIF 2024 DI KOTA TANGERANG*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Politik

[www.upnvj.ac.id — www.library.upnvj.ac.id — www.repository.upnvj.ac.id]

IDN Times Banten. (2022). Deskripsi dan Nilai Penting Arti Lambang Kota Tangerang.

IDN Times Banten. (2024). Satu Caleg Mantan Napi Korupsi Lolos Anggota DPRD Banten.

JDIH KPU Kota Tangerang. (2024). PENETAPAN DAFTAR PEMILIH TETAP (DPT) TINGKAT KOTA TANGERANG DALAM PENYELENGGARAAN PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024.

JDIH KPU, "*Peraturan Kpu Nomor 20 Tahun 2018 tentang Pencalonan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota*". Diakses pada 2 Oktober 2023 dari <https://jdih.kpu.go.id/beritadetail-564e546d7051253344253344>

Komisi Pemilihan Umum, "*KPU Kembali Umumkan Caleg Berstatus Mantan Terpidana Korupsi*", Kpu.go.id. Diakses 6 Oktober 2023 dari <https://www.kpu.go.id/berita/baca/7193/Komisi-Pemilihan-Umum--KPU--kembali-mengumumkan-32-nama-calon-legislatif--caleg--dengan-status-mantan-terpidana-korupsi-yang-berpartisipasi-pada-Pemilu-2019.-Sebelumnya-pada-30-Januari-2019--KPU-juga-telah-mengumumkan-49-caleg>

Taufiqullah Hasbul, "*Kembalinya Caleg Mantan Napi Korupsi*". Detiknews. Diakses 5 Oktober 2023 dari <https://news.detik.com/kolom/d-6941052/kembalinya-caleg-mantan-napi-korupsi>

TangerangKota.go.id. (2023). Warga Tangerang Tahu Ini Nggak?, Arti dan Makna Lambang Kota Tangerang.