

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Creswell, J. (2008). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Singapore: Pearson Merrill Prentice Hall.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. London: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches dan Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. London: SAGE Publication.
- Fiantika, F. R. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif* (pp. 1-28). Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hussein, M. A. (2013). *Mengenal Personal Branding Terlengkap*. Sukabumi: Adamssein Media.
- Lees-Marshment, J., Conley, B., Elder, E., Pettitt, R., Raynauld, V., & Turcotte, A. (2019). *Political Marketing (3rd Edition)*. Routledge.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Newman, B. I. (1999). *Handbook of Political Marketing*. London : Sage Publication Inc.

O'Brien, T. P. (2007). *The Power of Personal Branding. Creating Celebrity Status with Your Target Audience*. NJ: Medham Publishing.

Reeve, D. (2013). *Golkar: Sejarah yang Hilang, Akar Pemikiran dan Dinamika*. Jakarta: Komunitas Bambu.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Jurnal Artikel:

Alam, M. (2022). Strategi Personal Branding Aktor Politik Ferdiansyah Anggota DPRD Tangerang Selatan melalui Instagram. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 100-107.

Aldapratiwi, C. (2024). Analisis Personal Branding William Aditya Sarana sebagai Politisi Muda melalui Media Sosial Instagram. *Universitas Satya Negara Indonesia*, 1-158.

Alfiyani, N. (2018). Media Sosial sebagai Stratehi Komunikasi Politik. *Institut Agama Islam Negeri Manado*, 57-69.

Allymatul. (2023). Strategi Political Branding Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) di Media Sosial Instagram @pdiperjuangan Pada Tahun 2022. *UPN Veteran Jakarta*.

Ainiyah, N. (2018). Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 221-236.

Anggraeni, S. N. (2020). Strategi Komunikasi Politik Digital Partai Politik Baru (Studi Kasus pada Partai Solidaritas Indonesia). *Universitas Pendidikan Indonesia*.

Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 91-101.

Banerjee, S. (2023). Political brand experience and voting intention: is there a relation? *Journal of Public Affairs*, 24.

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 140-157.

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*.

- Cosemans, R., & De Cock, B. (2017). Self-Reference by Politicians on Twitter: Strategies to Adapt to 140 Characters . *Journals of Pragmatics*, 37-50.
- Djamil, M. A. (2019). Strategi Komunikasi untuk Membangun Personal Branding. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Irawatiningrum, S. (2020). Personal Branding Caleg Melalui Media Sosial . *Jurnal Lingkar Studi Komunikasi*, 107-115.
- Khedher, M. (2014). Personal Branding Phenomenon. *International Journal of Information, Business and Management* , 29-40.
- Lestari, A. I., Rahayu, N. N., & Setiawati, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Tiktok Terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo pada Masyarakat Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 240-250.
- Martínez-Estrella, E.-C., Samacá-Salamanca, E., García-Rivero, A., & Cifuentes-Ambra, C. (2023). Generation Z in Chile, Colombia, México, and Panama: Interests and new digital consumption habits. Their use of Instagram and TikTok. *Profesional de la informacion*, 1-16.
- McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Mutawalli, M. (2024). PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF DI INDONESIA: PENAFSIRAN KONSTITUSIONAL SISTEM PROPORSIONAL
- Niffenegger. (1989). Strategies for Success From Political Marketers. *Journal of Consumer Marketing*, 115–151.
- Oskandar, D. K. (2024). Produksi Instagram Reels sebagai Media Penyebaran Informasi untuk Meningkatkan Brand Awareness UMKM Jamu Buna di Kalangan Remaja. *repository.undip*, 50.
- Pich, C., & Newman, B. (2019). Evolution of political branding: typologies, diverse settings and future research. *Journal of Political Marketing*. *Journal of Political Marketing*, 3-14.
- Pich, C., & Newman, B. I. (2020). Evolution of Political Branding: Typologies, Diverse Settings, and Future Research. *Journal of Political Marketing*, 3-14.
- Sasdi, A. (2014). KEPEKAAN RETORIKA: ANALISIS TEKS SURATKABAR KOMPAS ATAS GAYA KOMUNIKASI WAKIL GUBERNUR DKI JAKARTA BASUKI TJAHAYA PURNAMA (AHOK) SEBAGAI PEMIMPIN MASYARAKAT JAKARTA YANG MULTI-BUDAYA. In

Masa Depan Komunikasi, Masa Depan Indonesia: Kepemimpinan Pro Rakyat (p. 199). Jakarta: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI).

Setiowati, E., & Badriati, M. (2014). GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS ISI PADA AKUN TWITTER @ SBYUDHONO PERIODE KAMPANYE PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF. In E. Murwani, *Masa Depan Komunikasi, Masa Depan Indonesia: Kepemimpinan Pro Rakyat* (p. 352). Jakarta: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia.

Sumaryono, Ernungtyas, N. F., & Prisanto, F. G. (2021). Strategi Personal Branding dalam Pemenangan Pemilu Legislatif. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 64-82.

Yulianti, E., Sucipta, D. K., & Kristanto, H. (2024). Strategi Personal Branding Prabowo Subianto dalam Membangun Citra Politik di Media Sosial Instagram. *COMMDES Journal: Communication and Design Journal*, 1-16.

Media Online:

Aditya, D. (2024, Mei 14). *RMOLJateng* . Retrieved from RMOLJateng: <https://www.rmoljawatengah.id/pengamat-diet-dico-raffi-bikin-pilgub-jateng-kurang-seru>

Alistya, L. A., & Nuh, M. (2024). Strategi Kampanye Politik Dico Ganinduto-WIndu Suko Basuki pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kendal Tahun 2020. *SPEKTRUM*, 208-220.

Annizar, B. (2024, Februari 28). Tirto.id. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/8-caleg-dpr-ri-dapil-jateng-i-yang-berpeluang-lolos-ke-senayan-gWmG>

Cahya, C. (2024, Agustus 6). *Suaramerdeka.com* . Retrieved from Suaramerdeka.com: <https://www.suaramerdeka.com/semarang-raja/0413288359/pengamat-politik-sebut-pernyataan-dico-ganinduto-soal-kota-semarang-masih-tertinggal-sebagai-strategi-melihat-respon-publik>

CNN. (2024, Februari 20). *CNN Indonesia*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240220120801-617-1064905/kenapa-suara-golkar-melonjak-di-pemilu-2024>

Daling, M. R. (2024, September 24). *Arahpublik.com*. Retrieved from Arahpublik.com: <https://www.arahpublik.com/berita-publik/1255122591/firmando-ganinduto-saya-ingin-jadi-dpr-yang-bermanfaat-bukan-anggota-dewan-yang-sudah-terpilih-lalu-menghilang?page=2>

- Detik. (2024, Juni 16). *Detik.com*. Retrieved from News.detik.com: <https://news.detik.com/pemilu/d-7393245/strategi-duet-airlangga-ahmad-doli-dinilai-bawa-golkar-menang-di-pileg>
- Kumparan. (2021, November 13). *Kumparan.com*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/kabar-harian/carousel-definisi-jenis-dan-tujuan-pembuatannya-1wu6nTuugHr/1>
- Laeis, Z. (2024, Februari 2). *Antaranews.com*. Retrieved from Antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/3945270/pengamat-peluang-caleg-jateng-pendatang-baru-besar-lawan-petahana>
- Licin, A. (2024, Mei 8). *Journaltelegraf.com*. Retrieved from Journaltelegraf.com: <https://journaltelegraf.pikiran-rakyat.com/politik-parlemen/pr-3678059685/8-anggota-dpr-ri-terpilih-dapil-jawa-tengah-i-periode-2024-2029?page=all>
- Politiknesia. (2023, September 20). *Politiknesia.com*. Retrieved from Politiknesia.com: <https://politiknesia.com/bermodal-silaturahmi-firmando-ganinduto-siap-masuk-dpr-perjuangkan-aspirasi-rakyat-kendal-semarang-dan-salatiga/>
- Suryawati, I. (2021). Political Branding of Indonesian Governor in the Social Media. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 23–38.
- Taufani, M. R. (2024, Februari 28). *CNBC Indonesia*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240228122349-128-518277/kuasai-15-provinsi-golkar-bakal-jadi-raja-senayan>
- Tempo. (2024, September 20). *Tempo.co*. Retrieved from Tempo.co: <https://www.tempo.co/politik/golkar-dapat-102-kursi-di-senayan-bahlil-incar-lebih-banyak-kursi-di-pileg-mendatang--7574>
- Moleong, L. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rodsakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Novian, P. (2015). Ahok dalam Berita Maya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 141-152.
- Panggabean, A. D. (2024, Mei 29). *RRI.co.id*. Retrieved from Radio Republik Indonesia: <https://rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>

- Riyanto, A. D. (2024, Februari 21). *Hootsuite*. Retrieved from Hootsuite: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Rizanty, M. A. (2024, Mei 7). *Data Indonesia*. Retrieved from <https://dataindonesia.id: https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-pada-april-2019april-2024>
- Romeltea. (2019, Mei 2). *Romeltea.com*. Retrieved from Romeltea.com: (<https://romeltea.com/mediabarupengertian-dan-jenis-jenisnya/>)
- Saleh, A. M., Kuswono, N., & Sayyid, A. N. (2020). *Communipreneur: Modelmodel Komunikasi Kreatif di Era Industri 4.0*. PT. Cita Intrans Selaras.
- Sangadji, K., & Sangadji, L. (2020). DEVELOPMENT OF EMPLOYABILITY SKILLS IN THE ERA OF GLOBALIZATION IN THE UNIVERSITY. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 50-54.
- Santika, E. F. (2023, September 27). *Databoks Katadata*. Retrieved from Databoks Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- Sucipto. (2024, Maret 9). *Sindonews.com*. Retrieved from Sindonews.com: <https://daerah.sindonews.com/read/1336889/707/raih-suara-signifikan-caleg-partai-golkar-firmando-h-ganinduto-lolos-ke-senayan-1709953418>
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media: Fantastis Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Suryo. (2024, Mei 1). *Kabar Golkar*. Retrieved from https://kabargolkar.com/read/kabar_pilkada/37649/right-man-in-the-right-place-in-the-right-time-legislator-dpr-ri-dapil-jawa-tengah-1-firmando-h-ganinduto
- Utama, D. H. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Utama.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya*. Bangkalan: UTM Press.
- Wardani, S. Y., Pramana, G. I., & Mertha, A. A. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding Calon Legislatif Provinsi Bali. *OJS Unud*, 2-10.

- Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Keabsahan Data Penelitian Kualitatif* (pp. 176-188). Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Werdiningsih, E., & Hamid, A. (2022). Lima Pendekatan dalam Penelitian Kualitatif. *LIKHITAPRAJNA Jurnal Ilmiah*, 39-50.
- Wismaningtyas, T. A. (2020). 2020. *Publica: Jurnal Pemikiran Administrasi Negara*, 47-56.
- World Bank. (2018, Agustus 3). *The World Bank*. Retrieved from The World Bank: <https://www.worldbank.org/in/news/immersive-story/2018/08/03/investing-in-people-to-build-human-capital>
- Yuliah, E. (2020). Implementasi Kebijakan Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir : Media Hukum Dan Pendidikan*, 129-153.
- Zuriah, N. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori-Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Peraturan Perundang-undangan:

Pemerintah Indonesia. *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia No. 7 Tahun 2017 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Tahun 2019*. Ketua Komisi Pemilihan Umum Indonesia. Jakarta.