

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

Anggari, Nurhasanah, & Imanuddin, A. (2021). Strategi Political Branding Partai Keadilan Sejahtera Kota Jambi. *Sophisticated, Jurnal Pemikiran Politik Islam*, 1, 98–108.

Budiyono, B. (2015). Mewujudkan Pemilu 2014 sebagai pemilu demokratis. *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum*, 7(3).
<https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v7no3.387>

Dewa, R., Hutapea, H. G., & Mujab, S. (2024). ANALISIS KAMPANYE POLITIK ANIES BASWEDAN DAN MUHAJMIN ISKANDAR PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2024. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 5(1), 44-51.
<https://doi.org/10.54895/jkb.v5i1.2633>

Febriansyah Mulyadi, I. (2023). Strategi personal branding Prabowo Subianto sebagai capres melalui media sosial. *Journal of Global Humanistic Studies*, Vol. 1(1).
<https://philosophiamundi.id/index.php/philosophia/article/view/12/11>

Hidayati, F. R. (n.d.). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *JURNAL LENSE MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 145–161. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2385>

Jonathan, A., Claudy, M., & Tri, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Istilah Gemoy Terhadap Citra Politik Calon Presiden dalam Pemilu 2024. : *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(6).

Kustiawan, W., Wiki Kartika, N., Indarti Kesuma, C., Arkana Silalahi, F., & Majid Nasution, A. (2022). Kampanye dalam pemasaran politik dan brand politik. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, Vol. 2, 959–964.

Nabila, N., Prananingtyas, P., & Azhar, M. (2020). PENGARUH MONEY POLITIC DALAM PEMILIHAN ANGGOTA LEGISLATIF TERHADAP KEBERLANGSUNGAN DEMOKRASI DI INDONESIA. *NOTARIUS*, 13(1), 138–153. <https://doi.org/10.14710/nts.v13i1.29169>

Nurul Fadhillah, S., & Vanel, Z. (2024). ANALISIS PERSONAL BRANDING GIBRAN RAKABUMING RAKA DALAM PEMBENTUKAN POLITICAL IMAGE DI MEDIA SOSIAL X. *Jurnal Studi Ilmu Politik*, 3(1).

Purwanto, S., & Mujab, S. (n.d.). Ganjar Pranowo's Branding Politics Through Instagram Media in the 2024 Presidential Election Contestation. *Siber Journal of Advanced Multidisciplinary*, 2(3), 312–319.
<https://doi.org/10.38035/sjam.v2i3.274>

Rasyid, F. A. (2009). Kampanye Politik dan Persoalan Bangsa. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 25(2), 109–117. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v25i2.281>

Ramadhina, N. P., & Astuti, P. (2025). STRATEGI CITRA POLITIK ANIES BASWEDAN, PRABOWO SUBIANTO, DAN GANJAR PRANOWO DI MEDIA SOSIAL X (TWITTER) PADA PESTA DEMOKRASI 2024. *Journal of Politic and Government Studies*, 14(2), 1190-1209. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/50213>

Salamah, U., & Rahmat Yananda, M. (2020). The many faces of WonderfulIndonesia: tourism brand in sixteen countries online news sites. *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA*, 9(1).

Sahid, R., & Budianto, H. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK AIRLANGGA HARTARTO DALAM MEMBANGUNPOLITICAL BRANDING MENJADI CAPRES 2024. *ORASI Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2), 238. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i2.11227>

Setiyani, W. (2022). Branding Politik Caleg Perempuan dari Partai Islam: Studi Kasus Lilis Nurlia dan Eka Widyani Latief di Kota Bekasi. *POLITICOSJurnalPolitikDanPemerintahan*, 2(2), 132–144. <https://doi.org/10.22225/politicos.2.2.2022.132-144>

Sastrawati, N. (2017). PERSONAL BRANDING DAN KEKUASAAN POLITIK DI KABUPATEN LUWU UTARA. *Al Daulah Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 276–287. <https://doi.org/10.24252/ad.v6i2.4882>

Sudito, M. B., Widyastuti, T. R., & Muslihudin, M. (2025). Strategi Kampanye Calon Legislatif Kukuh Haryanto melalui Akun Tiktok @Kukuhporso: Pendekatan Semiotik. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(1), 247–260. <https://doi.org/10.54082/jupin.573>

BUKU

Dr. Umaimah Wahid, M. Si.. (2018). *Komunikasi Politik: Teori, konsep dan aplikasi pada era media baru* (Ed. I, cet. 2). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Firmanzah, P. (2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia

Kotler, P., & Kapferer, J. N. (2008). “New exciting ideas and perspectives on brand building!

Moleong Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Milla, 100

M.B & Huberman A.M. 1984, *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia.

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books

Nufian dan Wayan Weda, Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu, (Malang: UB Press, 2018), hlm. 49

Poerwadarminta, W.J.S. (2006). Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka

Ridwan, Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta, (Bandung: Alfabeta, 2004). Hal, 137

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

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

WEBSITE

Fadilah, I. (2023, December 23). Apa Itu Slepethnomics yang DipamerCak Imin dalam Debat Lawan Gibran- Mahfud? *Detikfinance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7105820/apa-itu-slepethnomics-yang-dipamer-cak-imin-dalam-debat-lawan-gibran-mahfud>

Pratiwi, I. E. (2023, December 23). Mengenal Slepethnomics yang Digagas Cak Imin, Dirancang Berdasarkan Filosofi Sarung Halaman all - Kompas.com. *KOMPAS.com*. https://www.kompas.com/tren/read/2023/12/23/143000865/mengenal-slepethnomics-yang-digagas-cak-imin-dirancang-berdasarkan-filosofi?page=all#google_vignette