

DAFTAR PUSTAKA

Berita Online

CNN Indonesia. (2024). Daftar Artis yang Dilantik Jadi Anggota DPR 2024-2029 Hari Ini. Diakses dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20241001090932-2341150202/daftar-artis-di-lantik-jadi-anggota-dpr-2024-2029-hari-ini> pada tanggal 16 Oktober 2024.

Gunatyas, G., & Husna, A., M. (2023). Daftar 14 artis yang jadi anggota dpr 2019-2024, krisdayanti hingga mulan jameela. Diakses dari TribunNews.com: <https://www.tribunnews.com/seleb/2023/01/02/daftar-14-artis-yang-jadi-anggota-dpr-2019-2024-krisdayanti-hingga-mulan-jameela> pada tanggal 14 Oktober 2024.

Kumampung Dian & Maharani Dian. (2019). Daftar 14 Artis yang Dilantik Jadi Anggota DPR Hari Ini, Mulan Jameela hingga Krisdayanti. Diakses dari kompas.com: <lantik-jadi-anggota-dpr-hari-ini-mulan-jameela?page=all> pada tanggal 4 Oktober 2024.

Komisi Pemilihan Umum. (2024). Rekapitulasi hasil pemilu legislatif dpr ri 2024. Diakses dari kpu.go.id: <https://pemilu2024.kpu.go.id/pilegdpr/rekapitulasi/3101> pada tanggal 5 November 2024.

Malvyandie Haryadi. (2024, May 6). Eko Patrio Jadi Kandidat Menteri, Pengamat Politik Adi Prayitno Singgung 2 Nama Politisi PAN. Tribunnews.com; Tribunnews. <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/05/06/eko-patrio-jadi-kandidat-menteri-pengamat-politik-adi-prayitno-singgung-2-nama-politisi-pan?page=2>

Rahardjo. (2011). Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. <https://uin-malang.ac.id/r/110601/metode-pengumpulan-data-penelitian-kualitatif.htm> l Pada tanggal 8 November 2024.

Buku

Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., & Morales, A. (2007). Qualitative research designs: Selection and implementation. The counseling psychologist.

Jurdi, F. (2018). Pengantar hukum pemilihan umum: Edisi pertama. Jakarta:

Kencana. Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian (eds.). 1995. Metode penelitian survai. Jakarta: LP3ES.

Artikel Jurnal

Ahmad, N. (2020). Celebrification of Politics: Understanding Migration of Celebrities into Politics Celebrification of Celebrity Politicians in the Emerging Democracy of Indonesia. *East Asia*, 37(1), 63–79. <https://doi.org/10.1007/s12140-020-09332-z>.

Alvin, S. (2023). PAN's Political Communication on Instagram: Analyzing Celebrity Politicians' Messages. *Arkus*, 9(2), 332–339. <https://doi.org/10.37275/arkus.v9i2.333>.

Amaliyah, M. (2020, November). *Fungsi Teori dan State of the Arts dalam Penelitian*. [UinMalang.ac.id](https://uinmalang.ac.id/blog/post/read/110401/fungsi-teori-dan-state-of-the-arts-dalam-penelitian.html).<https://uinmalang.ac.id/blog/post/read/110401/fungsi-teori-dan-state-of-the-arts-dalam-penelitian.html>

Arifianto, A. (2015). Politik Selebriti di Indonesia: Studi tentang Transformasi Artis Menjadi Politikus. Jakarta: Penerbit Ilmu Sosial Indonesia.

Astuti, H., Putri, T., D., Yandri, L., I., & Khairiyah. (2023). Marketing politik sarkawi ahmad.

Ayu, R. K. (2017). Kajian Kritis Fairclough dalam Ultimatum Kapolri Tito atas Sikap Eko Patrio Mengenai Kasus Bom Panci. *Jurnal Kajian Media dan Informasi*, 24, 24–32.

Beta, A. R., & Neyazi, T. A. (2021). Celebrity Politicians, Digital Campaigns, and Performances of Political Legitimacy in Indonesia's 2019 Elections. *International Journal of Communication Studies*.

Butler, P., & Collins, N. (2001). "Payment on Delivery: recognising constituency service as political marketing", *European Journal of Marketing*, (35), 9-10, hlm. 1026-1027.

Darmawan, I. (2015). Keterlibatan selebriti dalam pemilu Indonesia pasca Orde Baru. *Sosiohumaniora*, 17(3), 230-236.

Firmansyah, J. (2020). Strategi pemasaran politik asaat abdullah dalam pemilu legislatif provinsi nusa tenggara barat tahun 2019. *Jurnal Trias Politika*, 4(2), 136 - 154.

- Firmanzah. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007.
- Ginting, W. P. B. (2021). Strategi marketing politik caleg muslim dalam pemilihan legislatif tingkat kabupaten/kota: Studi kasus DPD partai amanat nasional di kabupaten karo. *Islamic Insights Journal*, 3(2), 11-21.
- Haryanto, I. (2021). *Figur Publik dan Peran Ganda dalam Masyarakat Modern*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Imam, Jamila, M., Rianda, T. A., Rafli Januardi, Azwa Rozaf Pangesti, & Nisa, P. K. (2024). Strategi Iklan pada Kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) di Pemilu 2024. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(1), 43–52. <https://doi.org/10.54373/hijm.v2i1.1128>.
- Kulau, F. (2024). Tiktok, Instagram and Presidential Election: A Study to Understand How Politainment in Indonesian Political Campaigns 2024. *Informasi*, 54(2).
- Kurniawan, D. (2025). PAN Political Communication Strategy (Celebrities as Political Party Vote Getters). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Maella, N. F. S., Elita, R. F. M., Rijal, E., & Mulyana, S. (2019). Instagramable Politics: Indonesian Celebrities Politicians Campaign. *Jurnal Komunikasi Politik*.
- Nabilah, R., Izomiddin, & Harahap, R. (2022). Fenomena Rekrutmen Artis Anggota Legislatif Ditinjau dari Perspektif Teori Partai Politik. *Jurnal Studi Ilmu Politik*, 1(2). <https://doi.org/10.19109/jsipol.v1i2.13710>.
- Partai Amanat Nasional. “Sejarah Partai Amanat Nasional.” *PAN.or.id*. Diakses 10 April 2025. <https://pan.or.id/sejarah>.
- PAN. (2023). *Struktur Kepengurusan PAN DKI Jakarta*. Diakses dari <https://www.pan.or.id>.
- Pratama, A., & Suharto, P. L. (2024). Strategi “politainment” partai amanat nasional dalam meraih suara pemilih baru pemilu 2024. *JISIPOL (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)*, 8(3).
- Pricilla, A., & Daulay, M. Y. I. (2023). How Social Media Marketing of Candidates Affects Voters’ Intention to Vote in the 2024 Indonesia General Election. *Proceedings of International Conference on Finance, Economics, and*

Business (ICOFEB).

- Rahardjo, Mudjia (2018) Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian. Disampaikan pada mata kuliah Metodologi Penelitian, Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sugiarto, M., & Yuwanto, Y. (2020). Celebrities in the Recruitment of Candidates for Legislative Members of the Indonesian Parliament. *Jurnal Ilmu Sosial*, 19(2), 117–136.
- Warburton, E. (2024). Private Power and Public Office: The Rise of Business Politicians in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 56, 184–206.
- Scammell, M. (2007). *Political Brands and Consumer Citizens: The Rebranding of Tony Blair*. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 611(1), 176–192.
- Sepriansyah, M., Yazwardi, Y., & Zalpa, Y. (2021). Strategi dan marketing politik caleg anwar al sadat dalam pileg 2019 dapil Palembang II sumsel. *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization*, 2(2), 157-167.
- Shynta, S., & Ubaidullah, M. A. (2023). Strategi Marketing Politik Nora Idah Nita Pada Pemilu Legislatif 2019-2024 Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 8(3).
- Subandi, H. H., & Ubaid, A. H. (2020). Selebritis menjadi politisi: Studi tentang bagaimana selebritis menang atau kalah dalam pemilu legislatif. *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 21-45.
- Newman, B. I. (1999). *The Marketing of the President: Political Marketing as Campaign Strategy*. Sage Publications.
- Niffenegger, P.B. (1989), Strategies for success from the politic marketers. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 30, No. 10/11, pp. 45-51.
- Wawointana, C. V., Liando, D. M., & Kimbal, A. (2021). Strategi marketing politik melky jakhin pangemanan dalam pemilihan anggota legislatif provinsi sulawesi utara periode 2019-2024. *GOVERNANCE*, 1(1).
- Zarkasi, A., Muhammad, H. A., Yusuf, M., ARFA'I, A. I., & Wahid, M. (2023). Stategi marketing politik maria magdalena pada pemilihan legislatif kota jambi di era reformasi. (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI).

Undang-undang

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum