

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, M. (2025, 05 28). Wawancara dengan Juru Bicara Timnas AMIN dan Co Founder Ubah Bareng mengenai Pemanfaatan Media Sosial X Sebagai Branding Politik Anies Baswedan pada Pilpres 2024. (K. M. Widodo, Interviewer)
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik . *AVANT GARDE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 68-78.
- Alim, A. S., & Rahmawati, D. E. (2021). Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter. *Academia Praja : Jurnal Ilmu Politik, Pemerintahan, dan Administrasi Publik*, 441-453.
- Amirullah, M. C. (2025, 05 21). Wawancara dengan Penasihat Senior dan Anggota Dewan Pertimbangan Anies Baswedan mengenai Pemanfaatan Media Sosial X Sebagai Branding Politik Anies Baswedan pada Pilpres 2024. (K. M. Widodo, Interviewer)
- Aryadillah, & Fitriansyah, F. (2022). Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *JURNAL PUBLIC RELATIONS-JPR*, 87-92.
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan metode etnografi dan netnografi dalam penelitian hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis* , 15-26.
- Boer, K. M. (2018). Kekuatan Interaksi pada Media Sosial dalam Men-Dikte Arus Komunikasi Politik Indonesia. In D. H. Santoso, *New Media & Komunikasi Politik (Telaah Kontestasi Politik dalam Ruang New Media)* (pp. 25-38). Yogyakarta: Mbridge Press.
- Comm, J. (2010). *Twitter Power 2.0 (How to Dominate Your Market One Tweet at a Time)*. New Jersey: Wiley & Sons Inc.
- Darmadi, Sonni, A. F., Ismail, A., & Wahyuddin. (2025). Analisis Netnografi atas Diskursus Publik Terkait Skandal Mahkamah Konstitusi dalam Video ‘Bocor Alus Politik’ di YouTube. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 100-119.
- DuBrin, A. J. (2016). *Leadership: Research Findings, Practice, and Skills, Eighth Edition*. Boston: Cengage Learning.
- Efriza, & indrawan, J. (2018). *Komunikasi Politik ; Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing.
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 118-132.
- Fatikha, N. T., & Suranto. (2023). Online Political Branding of Presidential Candidates: A Comparison of Ganjar Pranowo and Anies Baswedan

- in Indonesia's 2024 Election. *JISPO : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 281 - 306.
- Fauzi. (2023, November 8). *Anies Baswedan jelaskan soal visi "perubahan"*. Diakses melalui [antaranews.com: https://www.antaranews.com/berita/3814137/anies-baswedan-jelaskan-soal-visi-perubahan](https://www.antaranews.com/berita/3814137/anies-baswedan-jelaskan-soal-visi-perubahan)
- Fernanda, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: PT Penamuda Media.
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik ; Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Gelder, S. V. (2003). *Global Brand Strategy: Unlocking Brand Potential Across Countries, Cultures & Markets*. London: Kogan Page.
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). PERAN SOSIAL MEDIA ATAS PERILAKU KONSUMTIF BELANJA BAGI IBU RUMAH TANGGA DI DESA LEBAKSARI KEC.PARAKANSALAK. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 682-686.
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Ramadhana, S. C. (2023). Komunikasi di Era Digital: Analisis Media Konvensional vs New Media pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh Angkatan 2021 . *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* , 56-63.
- Hermanto, B., Rasul, N., & Hadiati. (2023). Personal Branding Airlangga Hartarto Dalam Membangun Elektabilitas Sebagai Calon Presiden. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 484-495.
- Hidayat, C. (2025, 06 04). Wawancara dengan Pengamat Politik mengenai Pemanfaatan Media Sosial X Sebagai Branding Politik Anies Baswedan pada Pilpres 2024. (K. M. Widodo, Interviewer)
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 145-161.
- Indrapuspita, M., Maella, N. F., Prawiradiredja, S., & Fadillah, A. R. (2024). PUAN MAHARANI'S PERSONAL BRANDING IN POLITICAL COMMUNICATION THROUGH SOCIAL MEDIA. *Proceeding of International Conference on Multidisciplinary Research*, 173-190.
- Jihan Ramaniya, K. N., Nuruzzahroh, M., Kushardiansyah, A., & Nisa, P. K. (2025). Strategi Kampanye Anies Baswedan dalam Pilpres 2024 pada Program "Desak Anies" di Channel Youtube Anies Baswedan. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 216-224.
- Junaedi, A. (2025, 06 16). Wawancara dengan Pengamat Komunikasi Politik mengenai Pemanfaatan Media Sosial X Sebagai Branding

- Politik Anies Baswedan pada Pilpres 2024. (K. M. Widodo, Interviewer)
- Kristianto, Y. I., & Nurhaqiqi, H. (2021). Aplikasi Media Sosial sebagai Alat Politik Donald Trump (Netnografi Cuitan Trump di Twitter). *Journal Of Media and Communication Science*, 1-13.
- Lilleker, D. G. (2006). Key Concepts in Political Communication. London: SAGE Publications.
- Lubis, M. R., & Wijayanto. (2023). PERBANDINGAN PERSONAL BRANDING ANIES BASWEDAN DAN GANJAR PRANOWO DALAM KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Journal of Politic and Government Studies*, 57-72.
- Marwan, M. R. (2023). Analisis Dampak New Media dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *JUSHPEN : Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 11-20.
- Muhammad, N. (2024, Juni 06). *databoks*. Diakses melalui [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/b07b5c02d9f04f1/survei-kic-567-warga-jakarta-puas-dengan-kinerja-anies-baswedan-sebagai-gubernur](https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/b07b5c02d9f04f1/survei-kic-567-warga-jakarta-puas-dengan-kinerja-anies-baswedan-sebagai-gubernur)
- Mulyadi, I. F. (2023). Strategi Personal Branding Prabowo Subianto Sebagai Capres Melalui Media Sosial. *Philosophiamundi(Journal Of Global Humanistic Studies)*, 1-11.
- Muslimin, K. (2019). *Buku Ajar Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Unisnu Press.
- Nielsen, S. W. (2016). Measuring Political Brands: An Art and a Science of Mapping the Mind. *Journal of Political Marketing*.
- Noorikhsan, F. F., Ramdhani, H., & Mucharim, R. (2024). *Analisis Isu Kebijakan Politik Kontemporer di Indonesia*. Tasikmalaya: UNSIL LIBRARY PUBLISHER.
- Nopriandika, A., & Abidin, S. (2023). Political branding akun Instagram@ Anies Baswedan dalam isu Pilpres Indonesia 2024. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Panagopoulos, C. (2011). Timing Is Everything? Primacy and Recency Effects in Voter Mobilization Campaigns. *Political Behaviour*, 79-93.
- Parandaru, I. (2024, Agustus 30). Perjalanan Politik Anies Baswedan. Diakses melalui [kompaspedia.kompas.id: https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/perjalanan-politik-anies-baswedan](https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/perjalanan-politik-anies-baswedan)
- Priantana, A. P., & Romadhon, F. N. (2024). Political Branding Calon Presiden Indonesia dalam Pemilihan Presiden 2024 Pada Akun Instagram . In F. F. Noorikhsan, H. Ramdhani, & R. Mucharim,

- Analisis Isu Kebijakan Politik Kontemporer di Indonesia* (pp. 69-92). Tasikmalaya: NSIL LIBRARY PUBLISHER.
- Pureklolon, T. T. (2016). *KOMUNIKASI POLITIK : Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Puti, T. R., & Wijayanto. (2025). Perbandingan Branding Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo di Instagram pada Masa Kampanye Pilpres 2024. *Journal of Politic and Government Studies*, 1-18.
- Putri, D. M., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., & Putri, S. A. (2022). Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial. *Jayapangus Press Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 195-207.
- Raihan. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Universitas Islam Jakarta.
- Ramdan, A. S., Fadzilah, A. F., & Misbah, A. H. (2023). Analisis Perbandingan Komunikasi Politik Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, Anies Baswedan Melalui Video “3 Bacapres Bicara Gagasan” di Channel YouTube Najwa Shihab. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 780-791.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan: Bandung.
- Santosa, R., & Rahmawati, A. (2023). Komparasi Political Branding Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo melalui Instagram Menjelang Pemilu 2024. *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 10285-10291.
- Sarihati, T., Luthfie, M., & Budi Kurniadi. (2019). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Setiawan, A. (2018). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Muhammadiyah Jakarta.
- Statista. (2024, April 29). *Statista*. Diakses melalui [statista.com](https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/): <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>
- Subiakto, H., & Ida, R. (2015). *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujoko, A., & Widodo, S. (2024). *KOMUNIKASI POLITIK : Ruang Lingkup, Teori, dan Metode Risetnya*. Malang: UB Press.
- Sumarsono. (2006). *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suyitno. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip dan Operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Syaifudin, A. A. (2022). KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK (Studi atas Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dan Sandiaga Unopada Pilkada DKI Jakarta). *Nivedana: Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 190-209.

- Tosepu, Y. A. (2017). *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*. Jakad Media Publishing.
- Widianta, D. S., & Geraldy, G. (2024). POLITICAL BRANDING PRABOWO - GIBRAN DALAM PEMILU PRESIDEN 2024: ANALISA INTERAKSIONISME SIMBOLIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TWITTER. *SINTESA : Magister Journal of Communications Science Program*, 114 - 139.
- Yasa, I. k. (2024). Personal Branding of Politicians through Social Media as Political Communication in Attracting Gen-Z People. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1-13.