

Referensi

Buku:

Newman, B. I. (1994). *The marketing of the president: Political marketing as campaign strategy*. Sage Publications.

Jurnal:

Febriadha, M., Setiawan, K., & Kusumadinata, A. A. (2024). Pengaruh Personal Branding Komeng Terhadap Keputusan Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024. *Karimah Tauhid*, 3(8), 8427–8439. <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/14833>

Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974-980

Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.

Samsu, S. (2020). *Metode Penelitian:(Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*.

Hansen, S. (2020). Investigasi teknik wawancara dalam penelitian kualitatif manajemen konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283.

Arismunandar, S. (2013). Teknik wawancara jurnalistik. *Teknik Wawancara Jurnalistik*, 10(1), 1-9.

Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.

Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.

Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>

Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 9(1), 67. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1257>

Putra, A. A., & Rochmaniah, A. (2024). Branding Politik: Bagaimana Pemimpin Muda Menguasai Instagram untuk Pengaruh Politik di Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 109–118. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2886>

- Linawati, L., Toruan, R. R. M. L., Gumelar, P. I., & Al-Araf, K. (2022). Komunikasi Politik Muhammad Dwiki Ramadhani Dalam Merebut Dukungan Kalangan Generasi Milenial Pada Pemilu 2019. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 177–189. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1922>
- Ariyanto, A. D. (2019). Branding Politik Puti Guntur Soekarno Selama Kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 Melalui Media Sosial Instagram. *Ir-Perpustakaan Universitas Airlangga*, 1–31.
- Fahrudi, 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)*, 6(2), 118–132. <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.6675>
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94–101. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>
- Abidin, S., & Cindoswari, A. R. (2019). *POLITICAL BRANDING RIDWAN KAMIL PADA MASA KAMPANYE PILGUB JAWA BARAT 2018 MELALUI TWITTER*. 4(1), 33–48.
- Mentari, D., Freddy Prisanto, G., Febrina Ernungtyas, N., & Anisa, S. (2022). Personal branding politikus melalui media sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 195–207. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya195>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974–980.
- Febriadha, M., Setiawan, K., & Kusumadinata, A. A. (2024). Pengaruh personal branding Komeng terhadap keputusan pemilih pemula pada Pemilu 2024. *Karimah Tauhid*, 3(8), 8427–8439.
- Hansen, S. (2020). Investigasi teknik wawancara dalam penelitian kualitatif manajemen konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283–295.
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.
- Samsu, S. (2020). *Metode penelitian: Teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta R&D*. CV Penerbit Qiara Media.
- Wibowo, A., & Prabowo, R. (2020). Pemanfaatan RapidMiner dalam analisis sentimen media sosial. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(3).
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan metode netnografi dalam penelitian komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1).
- Putra, R. W., & Yuliani, S. (2020). Media sosial dan transformasi komunikasi politik di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2).
- Khamimiya, A. R., Fauzi, A. M., & Affandi, M. A. (2023). *Keterlibatan selebriti sebagai politisi: penguatan partai politik atau penggalangan suara*.
- Newman, B. I. (1999). *The mass marketing of politics: Democracy in an age of manufactured images*. Sage Publications

Website:

Zalsabila Natasya, 2025 *STRATEGI BRANDING POLITIK SELEBRITAS MELALUI AKUN RELAWAN @sahabatverrell PADA PEMILU 2024* UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Politik [www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Kompas.com. (2023, Februari 9). *Verrell Bramasta gabung PAN, bakal nyaleg di Jabar pada Pemilu 2024*. Kompas Nasional. <https://www.kompas.com>
- Kompas.com. (2024, September 11). *Profil Verrell Bramasta: Dari dunia hiburan hingga lolos ke DPR RI 2024*. Kompas Entertainment. <https://www.kompas.com>
- Kumparan. (2024, Oktober 1). *Pelantikan anggota DPR RI 2024–2029: Verrell Bramasta resmi dilantik*. <https://www.kumparan.com>
- Kumparan Hits. (2024, Oktober 2). *Verrell Bramasta ingin membuat wadah kreativitas anak muda setelah resmi jadi anggota DPR RI*. <https://www.kumparan.com>
- Liputan6.com. (2024, Maret 17). *Transformasi karier Verrell Bramasta dari dunia hiburan ke panggung politik*. <https://www.liputan6.com>
- Nasional Kompas. (2024, Januari 15). *Real count KPU: Verrell Bramasta meraih 94.810 suara di Dapil Jawa Barat VII*. <https://www.kompas.com>