Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik (Filsafat - Paradigma - Teori Tujuan - Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia.*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Association, I. R. (2016). *Social Media and Networking: Concepts, Methodologies, Tools, and Application*. USA. IGI Global.

Bahruddin, H. &. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan.* Yogyakarta: Deepbublish.

Budiharso, S. A. (2014). *JOKOWI Orang Desa yang Luar Biasa.* Yogyakarta: Sinar Kejora.

Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif. Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Sembilan.* Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Downer, Lorann. (2016). *Political Branding Strategies: Campaign and Governing in Australian Politics.* London: Palgrave Macmillan.

Hakki, A. S. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Yogyakarta: Deepublish.

Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Duni Politik.* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Jefkins, F. (2016). *Public Relations Made Simple.* London: Elsevier.

Landsverk, K. H. (2014). *The Instagram Handbook Edition.* London: Prime Head Limited. .

Lutfiah, F. &. (2017). *Metode Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* . Sukabumi: Jejak Publisher.

Luttrell, R. (2016). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect Edisi ke 2.* USA: Rowman & Littfield.

Maya, L. (2012). *Profil from Mobile Social Media Revolution Reaching Out Anytime Anywhere.* .

Mulyana, D. (2012). *llmu Komunikasi Suatu Pengantar.* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Mulyana, D. (2013). *Komunikasi Politik Politik Komunikasi.* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Nurhakki, A. S. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Yogyakarta: Deepublish.

Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanya Public Relation.* Jakarta: Rajawali Pers.

Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi.* Jakarta: Rajawali Press.

Sardini. (2011). *Restorasi Penyelenggaraan Pemilu di Indonesia.* Yogyakarta : Fajar Media Press.

Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik.* Yogyakarta: Deepublish.

Savitry, I. S. (2016). *New Content Marketing: Gaya Baru Pemasaran Era Digital.* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Shera, A. (2010). *Step by Step Internet Marketing.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo. .

Siregar, S. (2012). *Statitistik Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* . Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabet.

Wasesa, S. A. (2011). *Political Branding & Public Relations Saatnya Kampanye Sehat, Hemat dan Bermartabat.* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama.* Jakarta: Kencana.

Zarrella, D. (2010.). *The Social Media Marketing Book Edisi Pertama.* Canada: O'Reilly Media Inc.

Jurnal:

Andrea N Geurin-Eagleman, L. M. (2014). Communicating via Photographs: A Gendered Analysis of Olympic Athletes Visual Self-Presentation on Instagram. *Elsevier*, 2.

Arrsa, R. C. (2014). Pemilu Serentak dan Masa Depan Konsolidasi Demokrasi. *Jurnal Konstitusi*, 9.

Aryanti, Tyas Seruny. (2018). *Political Branding* Kandidat Politik dalam Media Sosial (Anlisis Isi Kuantitatif Konten Instagram @ridwankamil).

Analisis isi political..., Monica Pratiwi Dewi Gigih Putri, FIKOM UMN, 2019

Husna, A. (2017). Analisis *Political Branding* Calon Kepala Aceh Daerah dalam Pilkada Aceh 2017.

Filimonov, K. U. R. (2016). Picturing the Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections. 5.

Matthew Lombard, J. S.-D. (2002). Content Analysis in Mass Communication Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. 4.

Sanderson, L. R. (2015). I'm Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram. *Taylor and Franciss Group*, 2.

Sandra, L. J. (2013). *Political Branding* Jokowi selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di Media Sosial Twitter. 5.

Todd Graham, M. B. (2013). Beetween Broadcasting *Political* Messages and Interacting with Voters. 9.

Sumber Online:

Bohang, F. K. (2018, Juni 21). Juni 2018, Pengguna Aktif Instagram Tembus 1 Miliar.

Indonesia, B. N. (2018, September 24). Pesta sudah dimulai: Yang perlu Anda ketahui soal Pemilu 2019.

Indonesia, C. (2019, Februari 10). Jokowi Ungkap Alasan Genjot Infrastruktur .

Pablo, S. (2019, Februari 17). Dalam 4 Tahun, Jokowi Kebut Bangun 16 Infrastruktur Ini!

Tirto.id. (2019, Maret 26). TKN Terangkan Seruan "Putih Adalah Kita" Ala Jokowi.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA