

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Wasesa, S. (2011). *Political branding & public relations: saatnya kampanye sehat, hemat, dan bermartabat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Agung Wasesa, S. (2018). *Political Personal Branding : Strategi Jitu Menang Kampanye Di Era Digital*. Andreas Pratama.
- Arvindo. (2021). *Sejarah Pemilihan Umum Indonesia*. Kesbangpol Pemkab Magelang. <https://kesbangpol.magelangkab.go.id/home/detail/sejarah-pemilihan-umum-indonesia/376#>
- Author, B., Pye, L. W., Weiner, M., Dankwart, A., Blanksten, G. I., Almond, G. A., Editor, B., & Coleman, J. S. (1960). *Chapter Title : Front Matter Book Title : The Politics of the Developing Areas Published by : Princeton University Press . ( 1960 )*.
- Basri, H. (2021). Strategi Komunikasi Politik Dpd Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 22–32. <https://doi.org/10.14710/interaksi.10.1.22-32>
- Berndt, R. (1992). *Die Marketing-Politik*. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-97392-5\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-642-97392-5_4)
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik : Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Ke 4)*. Jakarta Rajawali Pers.
- Cholidi, M., & Alam, A. (2022). Strategi Personal Branding Aktor Politik Ferdiansyah Anggota DPRD Tanggerang Selatan melalui Instagram. *LUGAS: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 100–107. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/1581>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan campuran*. Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K. (2017). *Handbook of Qualitative Research*. Sage Publication.
- DeVaney, S. A. (2016). Yin, R.K. (2016). *Qualitative Research from Start to Finish, Second Edition*. New York: The Guilford Press. ISBN: 978-1-4625-1797-8. 386 pp. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 44(3), 324–325. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12144>

- Dewi, H. (2014). *Personal Branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- Erfan, M., & Zilfah Adnan, I. (2020). Strategi Kampanye Politik Kandidat Petahana Di Daerah Rentan Kalah (Studi Kasus Di Garut). *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 6(1), 90–108.
- Firmanzah. (2008). *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positoning Ideologi Politik di era Demokrasi*. Yayasan Obor Indonesia.
- Fitrah. M & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi. CV Jejak.
- Jhoni Marbeta. (2023). *Pemilu di Indonesia dan Pelaksanaannya*. RRI.Co.Id. <https://www.rri.co.id/bukittinggi/pemilu/222982/pemilu-di-indonesia-dan-pelaksanaannya>
- Liando, D. M. (2016). Pemilu Dan Partisipasi Politik Masyarakat. In *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* (Vol. 3, Issue 2).
- MACHYUDIN, A. H., & SUSRI, A. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Mahfudhi, M. A., & Khamdiyah, H. (2022). Political Branding Aditya Halindra Faridzki Pada Pilkada 2020 Di Kabupaten Tuban. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(7), 606–616. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i7.371>
- Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia. (2022). *Pilkada Serentak 2024 Akibatkan Masa Jabatan Kepala Daerah Berkurang*. <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=18612>
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Pers.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanik.
- Medina, S. A. (2023). *Pengertian Pemilu, Fungsi dan Prinsipnya*. Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. <https://fahum.umsu.ac.id/pengertian-pemilu-fungsi-dan-prinsip/>
- Moleong, J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Moleong, J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.

- Nursal, A. (2004). *POLITICAL MARKETING, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR,DPD,PRESIDEN*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Panhwar, A. H., Ansari, S., & Shah Asif Ali. (2017). Post-positivism: an effective paradigm for social and educational research | Panhwar | International Research Journal of Arts & Humanities (IRJAH). *International Research Journal of Arts & Humanities* , 45(45), 253–260. <https://sujo-old.usindh.edu.pk/index.php/IRJAH/article/view/3371>
- Putri, D. M., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., & Putri, S. A. (2022). Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 195–207. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v5i2.1473>
- Ramadhan, M. G. J. (2020). EFEKTIFITAS SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @jokowi DALAM MEMBENTUKPERSONAL BRANDING PADA KAMPANYE PILPRES 2019. *Universitas Muhammadiyah Tangerang*, 21. <https://osf.io/arn48/>
- Ridwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta.
- Sumaryono, Niken, F. E., & Prisanto, G. F. (2021). Strategi personal branding dalam pemenangan pemilu legislatif (studi kasus Ir. Ridwan Bae di Sulawesi Tenggara). *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 5(1), 64–82.
- Widiowati, B., & Pramutanto, W. (2021). Strategi Pemenangan Caleg Partai Gerindra Dalam Pemilu Legislatif 2019: Studi Kasus Bambang Pujianto Dapil 2 Sidoarjo. *Jurnal Politik Indonesia (Indonesian Journal of Politics)*, 6(2), 72–80. <https://doi.org/10.20473/jpi.v6i2.30420>
- Yin, R. K. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Raja Grafindo Persada.
- Yin, R. K. (2014). Robert K. Yin. (2014). Case Study Research Design and Methods (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. 282 pages. *The Canadian Journal of Program Evaluation*, March 2016. <https://doi.org/10.3138/CJPE.BR-240>
- Zurian, A., Suryanef, S., Rafni, A., & Putra, E. V. (2023). Analisis Political Branding Calon Kepala Daerah Dalam Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Provinsi Jambi 2020. *Jurnal Academia Praja*, 6(1), 21–38. <https://doi.org/10.36859/jap.v6i1.876>