

DAFTAR PUSTAKA

- Arianti, G., & Asri, R. (2019). Pengaruh Personal Branding Sandiaga Uno Terhadap Minat Memilih Perempuan Pada Pilpres 2019. *Journal of Strategic Communication*, 10.
- BBC. (2023). *Mengapa Prabowo Subianto populer di kalangan Gen Z*. Diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cpw2g1q9dneo>.
- Fadilah, J., Andriana, D., & Widarti. (2023). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Keputusan Memilih Mahasiswa Prodi Periklanan Universitas Bina Sarana Informatika. *JIKA*, 10, 46–54. <https://doi.org/10.31294/jika>
- Fadillah, Mochamad Rayhan. (2023). “Rebranding” sang jendral menjelang pemilu 2024. Diakses dari <https://news.detik.com/kolom/d-6780529/rebranding-sang-jenderal-menjelang-pemilu-2024>
- Fakhri, A. (2019). Pengaruh Kampanye Politik Pasangan Mursil-Tengku Insyafuddin Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pilkada Aceh Tamiang Tahun 2017. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 3.
- Fathurokhman, Benben. (2022) Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Umum (PEMILU). *Journal of Research and Development on Public Policy (Jarvic)*. Vol.1, 53.
- Gitiyarko, V. (2024). *PDI-P pertahankan Jateng sebagai “Kandang Banteng”*. Diakses dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/03/21/pdi-p-pertahankan-jawa-tengah-sebagai-kandang-banteng>.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kulachai, W., Lerdtomornsakul, U., Homyanen, P. (2023). Factors Influencing Voting Decision: A Comprehensive Literature Review. *Journal Social Science*. Vol 12. <https://doi.org/10.3390/socsci12090469>
- Ma’ruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019.
- Maulana Rizik Sihabudin, M., Nur Alfa Laila, H., Kharis, K., Rismayanti, & Siti Fatimah, R. (2023). Strategi Positioning “Gemoy” Prabowo Subianto melalui Media Digital. *Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1, 146–154.
- Nababan, W dan Rahayu, K. (2023). *Strategi “Gemoy” Prabowo di tengah gempuran sentimen negatif*. Diakses dari https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/11/29/strategi-gemoy-prabowo-di-tengah-gempuran-sentimen-negatif?status=sukses_login&status_login=login&loc=hard_paywall

- Prayogo, Daniel Budiman. (2023). Strategi Impression Management Calon Presiden 2024 Dalam tayangan “3 Bacapres Bicara Gagasan” Di Kanal YouTube Najwa Shihab Menurut Masyarakat Gen-Z di Surabaya. *SCRIPTURA*.
- Priskilla, Oki., Haikal., Ningtyas, Dito A. (2024). Pengaruh Personal Branding Gemoy Terhadap Keputusan Memilih Gen Z. *Jurnal Media Penyiaran vol. 04*.
- Putri, Anggita Viandhini Nugroho. (2024). *Mengenal apa itu swing voter pada pemilu dan ciri-cirinya*. Diakses dari <https://pemilu.tempo.co/read/1830332/mengenal-apa-itu-swing-voter-pada-pemilu-dan-ciri-cirinya>
- Putri, Zam Zahira A D V., Fridiyanti, Yulita Nilam. (2024). Pengaruh Personal Branding Prabowo Subianto Terhadap Intensi Memilih Gen Z Pada Pemilu Tahun 2024. *Spektrum, ol. 21 No. 2*.
- Rizky, Agil Try Julianto., Harris, Elza Andio., & Soekarno, Zakariya Putra. (2023). Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto Di Media Sosial Menjelang Kontestasi Pemilihan Presiden 2024. 673-680.
- Sihabudin, M. Maulana Rizik, dkk. (2023) Strategi Positioning “Gemoy” Prabowo Subianto Melalui Media Digital. *Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*.
- Sukma Nur Wardhani, P. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10, 57–62. <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jupiis>
- Syafira, N. A., Ubaidullah, & Khalisni. (2023). Pengaruh Personal Branding Jokowi Terhadap Pemilih Milenial di Kuta Alam Pilpres 2029. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 8.
- Ulya, Fika Nurul dan Rastika, Icha. (2024). *Survei indikator: Pemilih Prabowo Banyak dari Gen Z dan Milenial, Pemilih Ganjar Didominasi Kalangan Tua*. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2024/02/21/17550901/survei-indikator-pemilih-prabowo-banyak-dari-gen-z-dan-milenial-pemilih?page=all>.