

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, A. N. (2019). Hedonisme berbalut cinta dalam musik k-pop. *Syntax Idea*, 1(8), 39-49. <https://www.neliti.com/publications/331078/hedonisme-berbalut-cinta-dalam-musik-k-pop> , diakses pada 9 Desember 2024.
- Andriana, N. (N.D.). (2022). Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial Sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik Untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y Dan Z): Studi Kasus Pdi-P Dan Psi. *Jurnal Penelitian Politik*, Volume 19(1), hal 61. <https://ejournal.politik.lipi.go.id/index.php/jpp/article/view/1154/588> , diakses pada 27 Oktober 2024.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi politik di era media sosial. *Jurnal komunikasi*, 8(1), 91-101. <https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6469/5828> , diakses pada 20 November 2024.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176-182. <https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/view/327> , diakses pada 30 November 2024.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik : Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Asri, R., Arianti, G., & Mandjusri, A. (2019). Pengaruh online personal branding tokoh politik terhadap minat pemilih pemula. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 58-69. <https://jurnal.univrab.ac.id/index.php/cmv/article/view/1166> , diakses pada 28 November 2024.
- Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024. <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-Instagram-di-indonesia>, diakses pada 25 Oktober 2024.
- Dhani, F. W. (2019). Komunikasi Politik berbasis politik identitas dalam kampanye Pilkada. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 4(1), 143-157. <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/MC/article/view/6360> , diakses pada 29 November 2024.
- Dhiaurrahman, D., Sari, C. M. A., & Sos, S. (2020). STRATEGI MARKETING POLITIK H. SUDIRMAN (HAJI UMA)(Studi Analisis Naiknya Perolehan Suara Secara Signifikan Pada Pemilihan Anggota DPD RI Tahun 2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 5(1).

<https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/14111> , diakses pada 28 November 2024.

Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.

Fadiyah, Dina, and Jimmy Simorangkir. "Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019." *Journal of Political Issues* 3, no. 1 (July 31, 2021): 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>, diakses tanggal 17 Oktober 2024.

Fautanu, Idzam, Buhori M, and Heri Gunawan. "Politik Identitas dalam Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017: Perspektif Pemikiran Politik Nurcholish Madjid." *Politicon: Jurnal Ilmu Politik* 2, no. 2 (August 10, 2020): 87–112. <https://doi.org/10.15575/politicon.v2i2.8146>, diakses tanggal 16 Oktober 2024.

Fikri, M. (2024). Branding Politik Calon Gubernur Jawa Barat Pada Akun Instagram @dedimulyadi71. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, Vol. 3(1) : hal 2. Agustus 2024. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR/article/view/7944/2545>, diakses pada 14 November 2024.

Fitri, Alifa Nur. (2022). "Political Branding Arief Rohman dalam Menyukkseskan Kampanye Pilkada 2020 di Media Sosial." *JPW (Jurnal Politik Walisongo)* Vol 4, no. 2 : 1–18. <https://doi.org/10.21580/jpw.v4i2.14872> , diakses pada 7 Oktober 2024.

Gustiani, D. D., & Puspitasari, N. (2021). Kesalahan siswa dalam menyelesaikan soal matematika materi operasi pecahan kelas VII di Desa Karangsari. *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(3), 435–444. <https://journal.institutpendidikan.ac.id/index.php/plusminus/article/view/947> , diakses pada 9 Desember 2024.

Imam, Muhammad Rizki (1/11/2024). Sosok Ngesti Nugraha dan Nur Arifah yang Maju pada Pilkada Kabupaten Semarang 2024. <https://www.beritasatu.com/bersatu-kawal-pilkada/2852247/sosok-ngesti-nugraha-dan-nur-arifah-yang-maju-pada-pilkada-kabupaten-semarang-2024> , diakses pada 19 November 2024.

Istiadah, F. N. (2020). *Teori-teori belajar dalam pendidikan*. edu Publisher.

Kurnia, Moh. Ikhsan. 2023. *Branding Politik : Teori dan Opini*. Banyumas, Jawa Tengah : Omera pustaka.

Littlejohn, Stephen W, dan Foss, Karen A. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Londo, N. A. K., Aisyah, T. N., & Aurellia, R. S. (2024). Analisis Pesan Politik Lagu “PAN PAN PAN” Sebagai Branding Partai Amanat Nasional Di Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 6(2), 163-172. <https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jipikom/article/view/5305>, diakses pada 28 November 2024.
- Lukiani, E. R. M. L., Rizka, A. N., Afandi, T. Y., Arifin, Z., Surindra, B., Irmayanti, E., & Prastyaningtyas, E. W. (2021). Peran Instagram dalam membentuk perilaku konsumsi remaja. *Jurnal ABDINUS: Jurnal pengabdian nusantara*, 5(1), 97-104. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/15969>, diakses pada 20 Noveber 2024.
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1-12. <https://lpppublishing.com/index.php/alacrity/article/view/20>, diakses pada 18 Desember 2024.
- Mahfudhi, M Anas, and Heni Khamdiah. “Political Branding Aditya Halindra Faridzki Pada Pilkada 2020 Di Kabupaten Tuban,” *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)* 3, no. 7 (July 14,2022) : 606-615. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i7.371>, diakses tanggal 7 Oktober 2024.
- Mairita, Desy, and Assyari Abdullah. “Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024,” *Jurnal Simbolika* 10, no. 1 (April 29, 2024) : 72-79. <https://doi.org/10.31289/symbolika.v10i1.11468>, diakses tanggal 17 Oktober 2024.
- Majid, Abdul. 2017. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Aksara Timur.
- Miranda, S., & Lubis, E. E. (2017). Pengaruh Instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau (Doctoral dissertation, Riau University). *JOM Fisip*. Vol 4(1), 7. <https://www.neliti.com/publications/118440/pengaruh-Instagram-sebagai-media-online-shopping-fashion-terhadap-perilaku-konsu>, diakses pada 20 November 2024.
- Mudrikah, I. M. (2020). Political Branding Politisi Perempuan di Instagram: Kasus Pada Tsamara Amany Alatas. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 5(2), 29-39. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana/article/view/3851>, diakses pada 8 Desember 2024.

- Nopriandika, Arnanda & Abidin, Sholihul. (2023). Political Branding Akun Instagram@ Anies Baswedan dalam Isu Pilpres Indonesia 2024. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4). https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/7544 , diakses pada 8 Desember 2024.
- Nur, E. (2019). Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar. *Jurnal Diakom*, 2(1), 120-128. <https://scholar.archive.org/work/omczowuexvc57ouo4kclra7kfy/access/wayback/https://jurnal diakom.kominfo.go.id/index.php/mediakom/article/download/33/20> , diakses pada 29 November 2024.
- Pandiangan, Andreas dan Setyowati, Lenny. (2024). Kajian Bahan Dan Alat Peraga Kampanye (APK) Di Pilkada Serentak 2024 : Studi Kasus Pilgub Jateng, Kota/Kab Semarang Dan Demak, Semarang, FHK UNIKA Soegijapranata. Penelitian yang tidak dipublikasikan.
- Pandiangan, Andreas. (2024). *Mengenal Pasangan Calon Pilkada Serentak 2024 di Wilayah Eks Karesidenan Semarang, Pati, dan Surakarta*. Semarang, Pusat Kajian Komunikasi Publik dan Media Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata.
- Panuju, Redi. 2018. *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Prenadamedia Group.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 13 Tahun 2024 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 568. Jakarta. https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/2024pkpu013.pdf , diakses pada 28 November 2024.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 17 tahun 2024 tentang Pemungutan Dan Penghitungan Suara Dalam Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Serta Walikota Dan Wakil Walikota. Berita negara Republik Indonesia tahun 2024 nomor 833. Jakarta. https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/2024pkpu017.pdf , diakses pada 22 November 2024.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2024 tentang Pencalonan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Serta Walikota Dan Wakil Walikota. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 568. Jakarta.

https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/2024pkpu008.pdf, diakses pada 25 Oktober 2024.

Prasetyo, Bambang D. dan Febriani, Nufian S. 2020. Strategi Branding : Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. Malang : UB Press.

Pureklolon, T. P. (2016). *Komunikasi politik*. Gramedia Pustaka Utama.

Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1704> , diakses pada 18 November 2024.

Rahmah, S. (2021). Personal branding ganjar pranowo untuk membangun komunikasi politik di media sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 95. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/5584> , diakses pada 20 November 2024.

Rozali, Y. A. (2022, January). Penggunaan analisis konten dan analisis tematik. In *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* (Vol. 19, p. 68). https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23187-11_2247.pdf , diakses pada 13 Desember 2024.

Samsu, S. (2013). Analisis pengakuan dan pengukuran pendapatan berdasarkan PSAK NO. 23 pada PT. Misa Utara Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1862> , diakses pada 9 Desember 2024.

Saritri, Marnisa Nurdian. (28 November 2024). Ngesti-Arifah Mendaftar ke KPU Kabupaten Semarang. <https://www.rri.co.id/pilkada-2024/936815/ngesti-arifah-mendaftar-ke-kpu-kabupaten-semarang> , diakses pada 30 Desember 2024.

Saritri, Marnisa Nurdian. (29 November 2024). Diusung PPP, Nurul Huda-Yarmuji Maju Pilbup Semarang. <https://www.rri.co.id/pilkada-2024/939294/diusung-ppp-nurul-huda-yarmuji-maju-pilbup-semarang> , diakses pada 30 Desember 2024.

Sarwono, Jonathan. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Graha Ilmu.

Setiawan, Deni (30/08/2024). "Perang" Kepala Desa di Pilbup Semarang 2024, Nur Arifah Vs Yarmuji, Sama-sama Calon Wakil Bupati. <https://jateng.tribunnews.com/2024/08/30/perang-kepala-desa-di-pilbup->

- semarang-2024-nur-arifah-vs-yarmuji-sama-sama-calon-wakil-bupati, diakses pada 25 Oktober 2024.
- Setiyani, W. (2022). Branding politik caleg perempuan dari partai islam: Studi kasus lilis nurlia dan eka widyani latief di kota bekasi. *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 2(2), 132-144. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/politicos/article/view/5310>, diakses pada 28 November 2024.
- Sophia, U., & Noviwiniarti, N. (2019). Pemetaan Media Massa Dan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Pada Pilkada Kota Tanjungpinang 2018. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 184-201. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i2.66>, diakses pada 20 November 2024.
- Sosiawan, E. (2015). Representasi Politik identitas Dalam Kampanye Online Calon Legislatif Partai Politik Peserta Pemilu 2014. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 13(3), 234-248. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1462>, diakses pada 25 November 2025.
- Subiakto, H. (2015). *Komunikasi politik, media, dan demokrasi*. Prenada Media.
- Sugiyono. 2021. Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian yang bersifat : eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif). Alfabeta.
- Sumarni, T., Melinda, L. D., & Komalasari, R. (2020). Media sosial dan e-commerce sebagai solusi tantangan pemasaran pada masa pandemi covid-19 (Studi kasus: UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 163-171. <https://www.academia.edu/download/108434786/324.pdf>, diakses pada 9 Desember 2024.
- Suryaningsih, A. (2019). Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *Wahana Didaktika: Jurnal Ilmu Kependidikan*, 17(3), 335-344. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/didaktika/article/view/3752>, diakses pada 20 November 2024.
- Suryawati, I. (2021). Political Branding of Indonesian Governor in the Social Media. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 23-38. <http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/1334>, diakses pada 8 Desember 2024.
- Syaifudin, A. A. (2022). KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 3(2), 190-209. <https://radenwijaya.ac.id/jurnal/index.php/NIVEDANA/article/view/656>, diakses pada 29 November 2024.

Thalib, M. A. (2022). Pelatihan teknik pengumpulan data dalam metode kualitatif untuk riset akuntansi budaya. *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 44-50. https://www.researchgate.net/profile/Mohamad-Thalib/publication/361262322_PELATIHAN_TEKNIK_PENGUMPULAN_DATA_DALAM_METODE_KUALITATIF_UNTUK_Riset_AKUNTANSI_I_BUDAYA/links/62bd9faa88d96f1e6b2f97a9/Pelatihan-Teknik-Pengumpulan-Data-dalam-Metode-Kualitatif-untuk-Riset-Akuntansi-Budaya.pdf , diakses pada 9 Desember 2024.

Zakiyah, N. (2015). Implikatur dalam Wacana Kampanye Politik Pilkada Calon Gubernur Dan Calon Wakil Gubernur Provinsi Lampung Periode 2014-2019 (Tinjauan Pragmatik). *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 11(1), 19-32. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/TAPIS/article/view/839> , diakses pada 28 November 2024.

