

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah (2018). *Berbagai Metodologi Dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen*. Watampone: Gudadarma Ilmu
- Amalia, L., & Hidayati, A. (2022). Strategi integrated marketing communications (IMC) produk Rivenar+ tahun 2022-2023. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 8(2). <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/article/view/5933>, Diakses 25 November 2024
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. syakir Media Press
- Andriani, L. (2021). Pola Pesan Politik Perempuan Di Facebook Terkait Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019. *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 5(1), 53. <https://doi.org/10.30595/jsshal.v5i1.6794>, <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JSSH/article/view/6794> Diakses 15 Oktober 2024
- Arianto, B. (2024). *Triangulasi Metode Penelitian Kualitatif*. Serang: Borneo Novelty Publishing
- Baihaqi, A., Muksin, N. N., Harmonis, F., dan ... (2022). Strategi Marketing Politik Bobby Nasution Dan Aulia Rachman Di Media Sosial Pada Pilkada Kota Medan 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(1), 1–14. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/361>, Diakses 25 Oktober 2024
- Darmawan, A. K., dkk. (2022). *Social Media Analytics: Konsep dan Penerapannya dengan Rapid Miner/Orange*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju.
- Dhara, K., Hutomo, K., Brigitta, L., dan Arzella, N. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 193. <https://doi.org/10.37535/103001220206>, Diakses tanggal 5 November 2024
- DPP PKB, Sejarah Pendirian, <https://pkb.id/page/sejarah-pendirian/>, Diakses 5 Januari 2025
- Farid, S. A. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik Dan Persepsi Publik. *QAULAN Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 45–50. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/1223> Diakses tanggal 15 Oktober 2024

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Qiara Media
- Hasan, M. dkk. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV TAHTA MEDIA GROUP
- Hasibuan, HAL. A., Purtala, D. A., Putri, P. O., Sella Dwi, Purnami Rilanti, Raditha, V. A., & Sagita, W. R. (2024). Perkembangan Demokrasi Di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 7(10), 1-5. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/causa/article/view/7107>, Diakses tanggal, 9 Januari 2025
- Isabela. (2022). Ideologi Partai Politik di Indonesia: Nasionalis dan Islamis. *KOMPAS.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/06/11/03000001/ideologi-partai-politik-di-indonesia-nasionalis-dan-islamisl>. Diakses tanggal 5 November 2024
- Jumadi, dan Silviani, I. (2020). Peranan Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Di Daerah Pilihan Iii Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(1), 44–61. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/580>, Diakses tanggal 27 November 2024
- Karinda, K., Saadjad, K. A., & Doembana, I. (2023). *Sosiologi komunikasi masa*. Diva Pustaka.
- Kustiawan, W., Ulya, A. F., Marpaung, M. D., Malik, M. I., dan Nadzim, M. (2022). Kampanye dalam Pemasaran Politik dan Brand Politik. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 2094–2096. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3684/1293/>. Diakses tanggal 7 November 2024
- Kriyantono, R. (2008) Hubungan Pendekatan, Metodologi dan Metode Riset.
- Latifah, W., & Muksin, N. N. (2020). Kontribusi Metode Coaching Dalam Komunikasi Persuasif Pegawai Di Rsud R. Syamsudin, Sh Kota Sukabumi. *Sebatik*, 213-221. <https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/1151>. Diakses 29 Desember 2024
- Liliana, A. S., Indrastuti, L., dan Pradoto, W. S. (2021). *Representasi Keterwakilan Caleg Perempuan Di Dalam Pemilihan Legislatif Bagi Partai Politik Dan Implikasinya*. *Hukumnya*. <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/plr/article/view/11607> Diakes tanggal 14 Oktober 2024

- Lubis, N., Sazali, HAL. , Dianto, I., Rafiq, M., dan Fikri, S. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pengembangan Identitas Politik Perempuan. *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), 221–238. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi/article/view/35970>, Diakses tanggal 27 November 2024
- Mulyadi, R., Sani, E. P., Nicholas, N., dan Tamara, T. (2023). Pengaruh Fitur-fitur Instagram Terhadap Pemasaran Supp.Id pada Platform Social Media Instagram. *Journal of Social Science and Digital Marketing*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.47927/jssdm.v3i1.507> , Diakses tanggal, 25 November 2024
- Munzir, A. A. (2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 7(2), 173. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.2691> , Diakses tanggal 29 November 2024
- Nurhidayat, I. (2023). Marketing Politik Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia. *E-Gov Wiyata: Education and Government*, 1(1), 53–63. <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov/article/view/6> , Diakses, 9 November 2024
- Pratiwi (2023) Data Presentase Caleg Perempuan Menurut Partai Politik pada Pemilu 2024, Data Indonesia.id, <https://dataindonesia.id/data-pemilu/detail/data-persentase-caleg-perempuan-menurut-partai-politik-pada-pemilu-2024>, Diakses tanggal, 5 Januari 2025
- Putra, F. S. D., Abdurrohman, D., Susila, Y., Hartati, A., Aman, A. P. O., Hanika, I. M., Yusanto, Y., Nugroho, H. (2022). Marketing Politik: Teori dan Konsep. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Putra, M. E. A., Nata, L. A., Jayadi, F. I., & Anggraini, N. S. (2024, Desember). Penguatan Ideologi Partai Politik dalam Upaya Peningkatan Kualitas Demokrasi Indonesia. *LEX RENAISSANCE*, 9(2), 423-449. <https://doi.org/10.20885/JLR.vol9.iss2.art8>, Diakses tanggal, 9 Januari 2025
- Pandiangan, A. (2024). *Kajian Kampanye Politik Calon DPR RI di Pemilu 2024 Melalui Media Sosial*. (Penelitian tidak dipublikasikan).
- Pemerintah Indonesia. (2017). Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. *Lembaran Negara RI Tahun 2017*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Perdana, D. S. A., dan Turtiantoro, Astuti, P.-. (2021). Strategi Pemenangan Politik PDI Perjuangan Dalam Pilkada Klaten 2020: Analisis Marketing Politik. *Journal of Politic and Government Studies*, 10(4), 115–130.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/32066> , Diakses tanggal 15 Oktober 2024

Rismawati, R., dan Suryanef, S. (2021). Pesan Politik Calon Presiden dan Wakil Presiden di Media Sosial Instagram pada Pemilihan Umum Tahun 2019. *Journal of Civic Education*, 4, 173–181.

<https://doi.org/10.24036/jce.v4i2.534> , Diakses 9 November 2024

Sampurna, A., Zainina, A., Aulia, F., Anggianto, I., dan Utara, S. (2024). *Tujuan Komunikasi Politik*. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/17910/12974/31892> 8, 30514–30519. Diakses, 9 November 2024

Saragih, R. G. A. (2021). Peranan Perempuan di Bidang Politik Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan (PDI-Perjuangan) di Sumatera Utara. *Local History & Heritage*, 1(2), 42–48. <https://doi.org/10.57251/lhhal.v1i2.64> , Diakses tanggal, 25 November 2024

Sjoraida, D. F., Dewi, R., Adi, A. N., dan Dipa, A. K. (2021). Penggunaan media sosial dalam membangun reputasi anggota legislatif di Jawa Barat. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 89. <https://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/3211>, Diakses tanggal 29 November 2024

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, dan konstruktif)*. Yogyakarta: Alfabeta

Suryani, I., Bakiyah, HAL. , & Isnaeni, M. (2020). Strategi Public Relations Pt Honda Megatama Kapuk Dalam Customer Relations. *e Journal BSI - UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA*, 9(9), 1-9. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/viewFile/8250/pdf>. Diakses tanggal 14 Desember 2024

Triyoga, (2024, November 30). Kader Perempuan Berperan Dongkrak Suara di Pemilu 2024, PKB Bikin Women Leadership Forum. *Viva.co.id*. <https://www.viva.co.id/berita/politik/1777088-kader-perempuan-berperan-dongkrak-suara-di-pemilu-2024-pkb-bikin-women-leadership-forum>

Wahid, HAL. (2019). *Anggaran Dasar Anggaran Rumah Tangga Partai Kebangkitan Bangsa*. <https://pkb.id/page/ad-art-pkb/> , Diakses tanggal 25 Oktober 2024

Wahyono, S. Y., & Anggreni, L. S. (2018). Motif penerima pasif jejaring sosial LINE: Studi tentang motif penerima pasif dalam forum komunikasi melalui fitur LINE Group Chats di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi S-1 Reguler Universitas Sebelas Maret Surakarta angkatan 2014–2016.





