

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitriadi Zurian, Suryanef, Al Rafni, Eka Vidya Putra. (2020). "Analisis Political Branding Calon Kepala Daerah dalam Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Provinsi Jambi 2020." *Jurnal Academia Praja*, vol. 6, no. 1, Februari 2023, hlm. 21–38. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.36859/jap.v6i1.876>, diakses pada 10 Oktober 2024.
- Arrahman, K. F. (2024). *Pengaruh Political Marketing Mix terhadap Keputusan Memilih*. UIN Jakarta Repository. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/39851/1/KEMAL%20FAHMI%20ARRAHMAN-FEB.pdf>
- Arifuddin, M. T. (2023). Branding Politik Menuju Pemilu 2024: Strategi Membangun Citra yang Kuat. *Jurnalpost*. <https://jurnalpost.com/branding-politik-menuju-pemilu-2024-strategi-membangun-citra-yang-kuat/63280>
- Asrulla, A., Risnita, R., & Jailani, M. S. (2023). *Populasi dan Sampling Kuantitatif serta Pemilihan Informan Kunci Kualitatif dalam Pendekatan Praktis*.
- Banister, P. Burman, E. Parker.I. Taylor, M. Tindal, C. 1994. *Qualitative Methods in Pyschology, A Research Guide*. Philadelphia: Open University Press.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*.
- Cartwright, C.A & Cartwright, G.P. 1984. *Developing Observation Skills*. 2nd ed. New York : McGraw-Hill.
- Creswell, J.W. 2008. *Educational Research, Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Quaalitative Research*. 3rd ed. New Jersey: Pearson.
- Fatayati, Sun. (2016) "Branding Politik Joko Widodo dalam Pilpres 2014 di Media Online" *Jurnal Pemikiran Keislaman*, vol. 27, no. 1, Januari 2016. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.33367/tribakti.v27i1.257>, diakses pada 2 Oktober 2024.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi*, 1(1), 6-15.
- Gay, M., Abid, M., & Handayani, A. (2024). Strategi Komunikasi Politik dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Polewali Mandar. *Journal Peqquruan: Conference Series*. <https://doi.org/10.35329/jp.v6i2.5426>
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 145–161. <https://doi.org/10.51544/jlmlk.v5i2.2385>
- Herdianti, S. M. (2024). *Pengembangan Model Personal Branding Aktor Politik untuk Pemilih Muda Perkotaan*. CORE Repository. <https://core.ac.uk/download/pdf/290386060.pdf>
- Herpamudji, D. H. (2015). Strategi Kampanye Politik Prabowo-Hatta dan Perang Pencitraan Di Media Massa Dalam Pemilu Presiden 2014. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 6(1), 13-24.
- Indrawan, J., Efriza, N., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1–17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820), diakses pada 28 November 2024.

- Indrawan, A., Sari, D. P., & Sari, D. P. (2020). Peran Media Sosial dalam Kampanye Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 123-135.
- Jatmiko, T. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Reels sebagai Media Kampanye Politik (Analisis Konten Pada Akun Instagram @Ganjar_Pranowo). *Skripsi Universitas Pancasakti Tegal*.
- Juariyah, R. (2024). *Loyalitas Pemilih dalam Branding Politik*. Unpas Repository. <http://repository.unpas.ac.id/41755/5/8.%20BAB%202.pdf>
- Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KKPU) Kota Semarang Nomor 1177 Tahun 2024 Tentang Penetapan Nomor Urut Pasangan Calon Peserta Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang Tahun 2024. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1167. Semarang.
- Kusuma, H. W. (2024). *Branding Strategy di Era Digital*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/profile/Aditya-Wardhana/publication/379311944_BRANDING_STRATEGY_DI_ERA_DI_GITAL/links/6604171e390c214cfd14dafc/BRANDING-STRATEGY-DI-ERA-DIGITAL.pdf
- Lees-Marshment, J. (2014). *Political Marketing: Principles and Applications*. London and New York: Routledge.
- Lewis, B.K. (2010). *Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students*.
- Littlejohn, Stephen W, dan Foss, Karen A. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhtari, A. A. (2023). *Politisi Baru dalam Politik Elektoral*. CORE Repository. <https://core.ac.uk/download/pdf/328276875.pdf>
- Sujito, Dr. Arie. "Peran Komunikasi Politik dalam Pembentukan Citra Kandidat dalam Kontestasi Pilkada," *Jurnal Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 2, 2022. <https://jurnal.ugm.ac.id/pancasila/article/download/79923/pdf>, diakses pada 26 Oktober 2024.
- Pandiangnan, 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.
- Pikiran rakyat NTT*. (2024, October 1). Adrianus T. Jaya. from <https://ntt.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-2328625333/dinamika-kampanye-pilkada-2024-strategi-dan-tren-di-media-sosial?page=all> , diakses pada 27 Oktober 2024.
- Pamungkas, Risky Adi, dan Muhammad Adnan. (2020). "Citra Politik Kandidat Walikota Semarang dalam Instagram: Analisis Dramaturgi pada Pilwakot Semarang 2020." *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, vol. 8, no. 2, Mei 2023, hlm. 77–86. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i2.2899>, diakses pada 1 Oktober 2024.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 11 tahun 2020 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Walikota Dan Wakil Walikota. Peraturan Perundang-Undangan Nomor 11 Tahun 2020. Jakarta.

- Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 15 Tahun 2023 Tentang Kampanye Pemilihan Umum. Peraturan Perundang-Undangan Nomor 15 Tahun 2023. Jakarta.
- 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. Peraturan Perundang-Undangan Nomor 13 Tahun 2024. Jakarta.
- Qudsi, M. I. E., & Syamtar, I. A. (2020). Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi pada Mahasiswa Universitas Pertamina) El Qudsi | Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/9425/5533>, diakses pada 29 November 2024.
- Rahmah, S. (2021). Personal *Branding* Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584> , diakses pada 27 Oktober 2024.
- Sari, D. P., Indrawan, A., & Sari, D. P. (2021). Analisis Penggunaan *Hashtag* di Instagram dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Thrift. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(2), 144-155.
- Simanjuntak, Jessica Dorinda. (2020). “Merek Politik (Political Branding) Walikota Terpilih Melalui Akun Instagram pada Masa Kampanye Pilkada Tahun 2020 di Kota Medan Provinsi Utara” 2024. IPDN, other. eprints.ipdn.ac.id, <http://eprints.ipdn.ac.id/17111/> diakses pada 1 Oktober 2024.
- Trevisan, M., Vassio, L., Drago, I., Mellia, M., Murai, F., Figueiredo, F., da Silva, A. P. C., & Almeida, J. M. (2019). Towards Understanding Political Interactions on Instagram. *Proceedings of the 2019 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*, 1-8.
- Voters, R. (2024, June 8). *Effective Political Branding Strategies*. Reach Voters. <https://reachvoters.com/branding-in-politics/>, diakses pada 26 Oktober 2024.
- Walter, Sarah. “The Color of Campaigning : Personal Identity and Political Branding in The 2020 Democratic Presidential Primary,” Jurnal Departmental Honors in the Department of Sociology and Anthropology Texas Christian University. 2023. https://repository.tcu.edu/bitstream/handle/116099117/59382/Walter_Sarah-Honors_Project.pdf?sequence=1 , diakses pada 27 Oktober 2024.
- Wardhana, A. (2024). *Keterlibatan Publik dalam Branding Politik*. UMY Repository. <https://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/17295/O.Bab%204.pdf?sequence=9>
- Wahyudi Sunarwan dan Sains Pieter Surlia. (2021). Strategi Pencitraan Politik Capres Jokowi Melalui Instagram : Sebuah Analisis Konten Kualitatif. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(01), 18-33. Retrieved from <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/547>, diakses pada 2 Oktober 2024.

- Wasesa, S. A. (2011). *Political Branding dan Public Relations: Saatnya Kampanye Sehat, Hemat, dan Bermartabat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zubaidi, A., Jauhary, M. W., & Lestari, L. (2020). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik: Studi pada Tirto.id di Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 10(1), 77. <https://doi.org/10.22146/kawistara.41407>, diakses pada 26 Oktober 2024.

