

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., Harmonisb, Sa., & Diyah, E. (2020). Retorika Politik Pasangan Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat Pada Debat Politik Pilkada DKI Jakarta 2017. *Al-I'lam., Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 3(2). <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2538>. Diakses pada 7 Januari 2025.
- Ahmad, S., Latifah, W., Sabila, H., Wahyudi., & Alamin. (2024). Karakteristik Pesan Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Komunikasi Islam (J-KIs)*. 5(1). <https://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/j-kis/article/view/975/560>. Diakses pada 7 Januari 2025.
- Ari, K., Rangga, F., & Idlan, D. (2024). Propaganda Politik Dalam Media Melalui Artikel Berita Pada Kanal Sorot Politik Di Kompas.com. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*. 1(1). <https://ojs.bakrie.ac.id/index.php/CJIK/article/download/342/165/>. Diakses 26 Maret 2025
- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*. 3(1). <https://media.neliti.com/media/publications/439838-none-544e513b.pdf>. 26 Maret 2025.
- Azizah, A., & Kadek, D, D. (2024). Penggunaan Instagram pada Generasi Z Sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Personal Branding Ilustrator @Indahoei. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), <https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/view/478>. Diakses 21 Desember 2024.
- Citra, A., & Renystiyah, D, P. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu. *KINESIK*. 9(2), <https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/view/327>. Diakses pada 6 Januari 2025.
- Dyah, T, E., & Muradi. (2017). Popularitas Selebriti Sebagai Alat Kosmetika Politik. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*. 3(1), <https://adoc.pub/popularitas-selebriti-sebagai-alat-kosmetika-politik.html>. Diakses pada 4 Februari 2025.
- Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. 2023. Teori Agenda Setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(1). <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6050> . Diakses pada 9 Mei 2025.

- Elsi, S., Karim, N., Hapsa, & Muhammad, A. (2023). Rekrutmen Calon Legislatif Berkualitas Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Tahun 2024. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*. 1(10). <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/download/523/438/3134>. Diakses pada 31 Januari 2026.
- Fadilah, J., Andriana, D., & Widarti. (2018). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Keputusan Memilih Mahasiswa Prodi Periklanan Universitas Bina Sarana Informatika. *Akreditasi Ristekdikti*. 10(1). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jika/article/view/16128>. Diakses pada 7 Januari 2025.
- Falah, Z. (2024). Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Citra Kandidat Pemilu. *Journal Syntax Idea*. 5(9). <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/2876>. Diakses pada 15 April 2025.
- Febriyanti, Y., & Siahaan, C. Fenomena Selebriti Menjadi Politik Serta Strategi Komunikasi Selebriti Dalam Berkampanye. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*. 2(1). <http://repository.uki.ac.id/8013/>. Diakses pada 10 April 2025.
- Firdaus, A, S. (2010). Agenda Setting Theory: A Comprehensive Review. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*. 12. <https://jpmmm.um.edu.my/index.php/JPM/article/download/32756/13708/77277>. Diakses pada 9 Mei 2025.
- Fitara, A. (2023). Komodifikasi Selebritis Dalam Kontestasi Pemilu 2024. *Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 4(2), https://ojs2.polimedia.ac.id/index.php/mediasi/article/download/764/pdf?utm_source=chatgpt.com. Diakses pada 20 Februari 2025.
- Fuji L, H., & Yonnawati. (2020). Pemberlakuan Parliamentary Threshold Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum. *Jurnal Pro Justitia (JPJ)*, 1(1), <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JPJ/article/view/246/114>. Diakses pada 23 Desember 2024.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look At Communication Theory, Tenth Edition*. McGraw-Hill Education, 2 Penn Plaza, New York, NY 10121.
- Habibi, S., & Ahmad, H, U. (2020). Selebritis Menjadi Politisi: Studi tentang Bagaimana Selebritis Menang atau Kalah dalam Pemilu Legislatif. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(1), <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jiip/article/view/7311>. Diakses pada 30 Oktober 2024.
- Herdiyani, S., Safa, C., Auliana, & Sukoco. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: *Literature Review*. *Jurnal Administrasi Bisnis*

- (JAB). 18(2),
<https://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/view/5878>. Diakses pada 20 Februari 2025.
- Jayus., Sumaiyah., Mairita, D., & Abdullah., A (2024). Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024. *Jurnal Simbolika*, 10(1), <https://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/view/11468>. Diakses pada 11 Maret 2025.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Selebriti. <https://kbbi.web.id/sohor>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Selebriti. https://kbbi.web.id/selebriti#google_vignette
- Liedfray, T., Fonny, J., Waani. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*. 2(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/38118>. Diakses pada 1 April 2025.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of Human Communication* (10th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.
- Pandiangan, A. 2024, *Kajian Kampanye Politik Calon DPR RI di Pemilu 2024 Melalui Media Sosial*, Semarang, FHK UNIKA Soegijapranata, Penelitian yang tidak dipublikasikan.
- Pratama. (2024). Politik Hiburan Dalam Pemilu: Perolehan Suara Komeng Pada Pemilu 2024 (Catatan: Jurnal ini membahas fenomena selebriti di Pemilu 2024 yang relevan sebagai pembanding kasus Narji). *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*. 9(1). <https://ejournal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/view/5434/2114>. Diakses pada 31 Januari 2026
- Rahmawati, A., Halimah, N., Karmawan, & Setiawan, A, A. (2024). Optimalisasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Field Research Melalui Pelatihan Berbasis Participatory Action Research Pada Mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*. 4(2). <https://jurnal.stkipkusumanegara.ac.id/index.php/japd/article/download/2100/1228/9128> . Diakses pada 10 Mei 2025.
- Ritonga, M., & Harahap, R. (2023). Keterlibatan Selebriti Pasca Parliamentary Threshold dalam Kontestasi Politik Elektoral di Indonesia. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*. 8(3). <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PDP/article/view/3320>. Diakses 4
- Ritonga, S. (2023). Rekapitulasi Rata-Rata Hasil Wawancara Calon Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al Bukhary Labuhanbatu Tahun 2023. *Jurnal Pendidikan, Agama dan Sains*. <https://ejournal.stita.ac.id/index.php/TBQ/article/view/158>. Diakses Pada 27 Maret 2025

- Rudi. (2013). Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(2). <https://www.e-jurnal.com/2014/05/kekuatan-new-media-dalam-membentuk.html>. Diakses pada 31 Januari 2026.
- Sarihati, T., Lutfhie, M., & Kurniadi, B. (2019). Komunikasi Politik, Media Massa, Dan Opini Publik. PT Rajagrafindo Persada. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=KbOAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Komunikasi+Politik+Media+Massa+dan+Opini+Publik+\(BOOK\)&ots=I3e27Kgdgu&sig=E8JEwHA5fKm9yOvU5Xsgh4sE-fw&redir_esc=y#v=onepage&q=Komunikasi%20Politik%20Media%20Mas sa%20dan%20Opini%20Publik%20\(BOOK\)&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=KbOAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Komunikasi+Politik+Media+Massa+dan+Opini+Publik+(BOOK)&ots=I3e27Kgdgu&sig=E8JEwHA5fKm9yOvU5Xsgh4sE-fw&redir_esc=y#v=onepage&q=Komunikasi%20Politik%20Media%20Mas sa%20dan%20Opini%20Publik%20(BOOK)&f=false)
- Sulistiyawati. (2023). Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif. Penerbit K-Media. https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr1Qg07KClp8wEAsO_LQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzIEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1765514555/R O=10/RU=https%3a%2f%2fcore.ac.uk%2fdownload%2f554067292.pdf/RK=2/RS=Y16him.94Z69oSD4ZI2b1e5j7hl-
- Susanti, K & Sriganda, M. (2021). Gaya Komunikasi Ferdy Tahier dan Didi Riyadi dalam Tayangan Ferdy and Didi Show pada Kanal DiTivi. *Communications*. 3(1). <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/19505/10020>. Diakses pada 31 Januari 2026
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum
- Wicaksono, A. D., & Aziz, A. (2020). Selebritas dalam Pemilu 2019. *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 1(1), <https://tuturlogi.ub.ac.id/index.php/tuturlogi/article/view/38>. Diakses pada 23 Desember 2024.
- Yohanda, R. (2020). Metode Studi Kasus: Upaya-Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 14 Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*. 19(1). <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/kordinat/article/download/17178/7725>. Diakses pada 26 Maret 2025.
- Zaki, R., & Handoko. T. (2025). Komunikasi Politik Pasangan Calon Kasmarni Dan Bagus Santoso Dalam Memenangkan Pilkada Kabupaten Bengkalis Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Niara*. 17(3). <https://journal.unilak.ac.id/index.php/nia/article/download/25269/7192>. Diakses pada 31 Januari 2026.
- Zuchri, A. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. Syakir Media Press.