

DAFTAR PUSTAKA

- Adman, N. (2004). *Political NMarketing: strategi Memenangkan Pemilu sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPD, DPR*. Jakarta: PT Gramedia .
- Akhmad, B. (2018). *Komunikasi Politik*. Banjarmasin: Aswaja Pressindo.
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 68–78. https://twitter.com/PSI_Jakarta
- Althoff, M. R. (2008). *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Diterjemahkan oleh Kartini Kartono. Rajawali.
- Anastasya, E. (2023, January 16). Komunikasi yang di bentuk Oleh Media Massa Sangat Mempengaruhi Brand Partai Poltik. *Kompasiana*.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101.
- Anshari, F. , & Prastya, N. M. (2014). Media Sosial Sebagai Sarana Branding Politisi (Studi Terhadap Akun Media Sosial Presiden Susilo Bambang Yudhoyono). *Jurnal Komunikasi*, 337–347.
- Ardianto, & Elvinaro. (2013). *Handbook Of Public Relations*. Bandung: Simbiosia.
- Arofah, & Nugrahajati. (2014). Political Marketing Conducted by Legislative Candidates in Indonesia: study of Public Transpostation as Transit Media in Medan on Presidential Election. *International Business Management*, 4365-4372.
- 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 Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Bachruddin, H., Akhmad, A., & Pressindo, M. A. (2019). *KOMUNIKASI POLITIK*. www.aswajapressindo.co.id
- Bakry, U. S. (2016). *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Bates, S., & Jenkins , L. (2007). Teaching And Learning Ontology And Epistemology in Political Science. *Journal Compilation*, 55-63.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Metdhos*. Oxford University.

- Budiana, M. (2022). Use Of Social media In Political Communication. *Jurnal Info Sains : Informatikan Dan Sains*, 12(01), 18–24. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/InfoSains>
- Budiardjo, M. (2007). *Dasar Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia.
- Castells, M. (2006). *The Power of Identity Second edition With a new preface*.
- Cropley, A. (2019). *Qualitative Research Metdhos*. Jerman: University Of Hamburg.
- Crotty, M. (2003). *The Foundations Of Social Research*. London: SAGE Publication.
- Dahl, R. A. (1963). *Modern Political Analysis*. Englewood Cliffs: NJ: Prenticehall.
- Dahlgren, P. (2005). The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Devito A, J. (1997). *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Profesional Books.
- Efendi, A. , Astuti, P. , & Rahayu, T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12–24.
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Fakhruddin Mudzakkir, M. (2013a). Pengaruh Persepsi Komunikasi Interaktif Terhadap Niat Menghubungi kembali Melalui Sikap Pendengar Acara Wawasan Radio suara surabaya.
- Farhan, M. (2021, January 6). Pemanfaatan Media Baru Sebagai Komunikasi Politik. *Kumparan*.
- Fimanzah. (2008). *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obir Indonesia.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Foundation, M., & Series, C. (2009). *Creating A Civic Blueprint for Illinois High Schools Educating for Democracy*. McCormick Foundation.
- Gazali, E. (2004). Interaksi Politik dan Media dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 53, 74.
- Gurevitch, M., Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). Political communication -old and new media relationships. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1), 164–181. <https://doi.org/10.1177/0002716209339345>

- Handam, & Tahir, M. M. (2020). Political Education for High School Students in Makassar City. *Journal La Edusci*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.37899/JOURNALLAEDUSCI.V1I1.26>
- Haryati. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Menjelang Pemilu 2014. *Observasi*, 11(2), 173–190.
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory Media, Technology And Society*.
- Ichsan, M. , Irawan, A. , & Safira., Y. (2023). Analisis Komodifikasi Media Sosial Instagram Terhadap Citra Partai Politik Menjelang Pemilihan Calon Presiden 2024. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 7(1), 67–75. <https://doi.org/10.32487/jshp.v7i1.1440>
- Indrawan, J., & Ilmar, A. *Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik*.
- Indrayani, I. (2009). Media dan Politik Citra Dalam Politik Indonesia Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 3(2), 129–139. www.strike-the-root.com/4/
- J. Baran, S. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba humanika.
- January, D., Torney-Purta, J., Amadeo, J.-A., & Pilotti, F. (2004). *Strengthening Democracy in the Americas through Civic Education: An Empirical Analysis Highlighting the Views of Students and Teachers*.
- Juditha, C. (2015). *POLITICAL MARKETING DAN MEDIA SOSIAL (Studi Political Marketing Capres RI 2014 Melalui Facebook)* P. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19(2), 225–241.
- Kango, A., Sultan, I., & Gorontalo, A. (2015a). Media dan Perubahan Sosial Budaya. 12. <http://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa>
- Kango, A., Sultan, I., & Gorontalo, A. (2015b). Media dan Perubahan Sosial Budaya. 12. <http://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa>
- Kantraprawira, R. (2006). *Sistem Politik Indonesia: Suatu Model Pengantar*. Bandung: sinar Baru Algensindo.
- Kertamukti, R. (2015). Instagram dan pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 8(1), 57–66.
- Kotler, P. (1999). *Principle of Marketing*, Prentice Hall Inc 7th. Englewood Cliffs: New Jersey.

- Kurnia, N. (2005). Perkembangan teknologi komunikasi dan media baru. 6, 291–296.
- Lamont, C. (2015). *Research Methods In International Relations*. Jepang: Tokyo International University.
- Laswell, H. D., & Effendi, O. U. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Laswell. (2000). *Peran Sosial, Ekonomi dan Politik Media*.
- Lembaga survei: Jumlah golput di Pilpres 2019 paling rendah sejak 2004 - BBC News Indonesia. (2019). BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-48130161>
- Lestari, N. K., Erviantono, T., & Puspitasari, N. W. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Politik Jaya Negara dalam Membentuk Political Branding Melalui Media Sosial Instagram. Universitas Udayana, 1–9.
- Luik, J. (2012). *Media Baru*.
- Lune, H., & Berg, B. (2017). *Qualitative Research Methods For The Social Sciences*. England: Pearson.
- Luthfia Ayu Azanella. (2022, July 8). Hari ini dalam sejarah: Peluncuran Satelit Pertama Indonesia Palapa. Kompas.
- Ma'ruf, A. R., & Putra, D. K. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Acta Diurna*, 15(2), 1–18.
- Mason, J. (2002). *Qualitative Researching*. Inggris: SAGE Publication.
- McQuail, & Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Merangsang Partisipasi Politik Masyarakat Adalah Tugas Parpol | Republika Online. (2013). Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/pemilu/info-kpu/13/12/01/mx4ftj-merangsang-partisipasi-politik-masyarakat-adalah-tugas-parpol>
- Mukarom, Z. (2016). *Komunikasi Politik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Mulyana, & Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munzir, A. A., Asmawi, & Zetra, 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>

- Ngafifi, muhamad. (2006). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. <http://www tempo.co/read/news/2010/12/23>
- Nimmo, D. (2004). Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, Media. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oparaugo, B. (2021). Media And Politics: Political Communication In The Digital Age. In International Journal of Multidisciplinary Research and Explorer (Issue 1). <http://doi-ds.org/doi/10.2021-85426151/IJMREWebsite:www.ijmre.com>
- Ospina, S. (2004). Qualitative Research. London: SAGE Publication.
- Patton, M. Q. (2015). Qualitative Research & Evaluation Metdhos. SAGE Publication.
- Permatasari, I. (2022, November 16). Tantangan Digitalisasi Penyiaran Radio dan Televisi di Indoensia. Kompasiana.
- Pissa, A. A. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. Jurnal Public Relation-JPR, 2(1), 9–17.
- Prajarto, N. (2014). Komunikasi Politik dalam Perspektif Ilmu Komunikasi. Jurnal Komunikasi Politik.
- Putri, A. (2019, December 18). Kerjasama internasional : Pengertian, alasan, tujuan. Kompas.
- Rogers, E. M. (1985). Komunikasi dan Pembangunan: Perspektif Kritis. Jakarta: LP3ES.
- Rogers, E. M. (1986a). Communication technology : the new media in society. Free Press.
- Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial : Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada Pemilu 2019 di Indonesia. Jurnal Ilmu Pemerintahan : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah, 4(1), undefined-undefined. <https://doi.org/10.24905/JIP.V4I1.1212>
- Rotman, & Morris. (2001). Opportunities in Public Relations Careers. USA: Luisa Gerasimo.
- Ruslan, & Rosady. (2014). Manejemen Humas dan Media komunikasi . Jakarta: Rajawali Pers.
- Sanusi, A. R., & Darmawan, C. (2016). Implementasi Pendidikan Politik dalam Membentuk Karakter Kepemimpinan Lintas Budaya pada Generasi Muda Demi Mewujudkan Budaya Politik Pancasila (Studi Deskriptif terhadap Organisasi Kepemudaan Gerakan Pemuda Ansor Jawa Barat).Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial, 25(1), undefined-undefined. <https://doi.org/10.17509/JPIS.V25I1.3668>

- Sasmita, S. (2011). Peran Informasi Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilu/Pemilukada. *Administration*, 1(2), 217–224.
- Sellita. (2021). Media Sosial dan Pemilu Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia. *Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 10(3), 1–16.
- Setiawan, A. (2018). *Komunikasi Politik*. Jakarta.
- Siagian, H. fitra. (2015). Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal AL-Khitabah*, II(Efektifitas Media sosial), 17–26.
- Simarmata, S. (2014). *Media Baru, Ruang Publik Baru, dan Transformasi Komunikasi Politik Indonesia*. <http://www.library.ohiou.edu/indopubs/search/se>
- Simarmata, S. (2019). *Media Baru, Ruang Publik Baru dan Transformasi Komunikasi Politik Indonesia*. <http://www.library.ohiou.edu/indopubs/search/se>
- Stark, S., & Torrance, H. (2005). *Research Methods in Social Science*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2013). Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 1277–1291. <https://doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>
- Sugiantoro, A. (2019). Efektivitas Sosial Media Intagram @Jokowi dalam membentuk Personal Branding Pada Kampanye Pilpres 2019. 1–19.
- Surbakti, R. (2008). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Buku Ajar Perkuliahan UPI.
- Susanto, E. (2013). *Komunikasi Politik Pesan, Kepemimpinan dan Khalayak*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Syarbaini, S. , Nur, S. M. , & Anom, E. (2021). *Teori, Media Baru dan Strategi Komunikasi Politik (1st ed.)*. Universitas Esa Unggul.
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik*. Jakarta.
- Syarifuddin. (2015). Komunikasi Politik Bermedia dan Penggunaannya oleh Masyarakat. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 47-62.

- Tahir, Z. M. , Canggara, H. , & Unde, A. (2013). Penggunaan Media Komunikasi Untuk Politik Pencitraan Kanidat Bupati dan Wakil Bupati Dalam Pemilukada Takalar 2014. *Jurnal Komunkasi Kareba*, 2(2), 165–174.
- Wahid, U. (2016). 4 Media Baru dan Media Sosial dalam Politik Meunasah, Power and Self-Critics towards Government and Aceh Political Elite on Aceh Women Political Struggle View project. <https://www.researchgate.net/publication/342421741>
- Wahid, U. (2018). *Komunikasi Politik (Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wasesa, S. , & Macnamara, J. (2010). *Strategic Public Relations: membangun pencitraan berbiaya minimal dengan hasil maksimal (1st ed.)*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wasesa, S. A. (2005). *Strategi Public Relation*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Welianto, A. (2020, December 3). Pengaruh Globalisasi Bagi Negara. Kompas.
- Widya Lestari Ningsih. (2021, October 1). Bagaimana Gutenberg Menemukan Mesin Cetak. Kompas.
- Woodside, A. (2010). Brand consumer storytelling theory and research: Introduction to a Psychology & Marketing special issue.
- Wright, S. (2012). Politics as usual? Revolution, normalization and a new agenda for online deliberation. *New Media and Society*, 14(2), 244–261. <https://doi.org/10.1177/1461444811410679>
- Yilmaz, I., Bachtiar, H., Smith, C., & Shakil, K. (2024). Fluctuating Populism : Prabowo’ S Everchanging Populism. *European Center for Populism Studies*, 1(1), 2–24. <https://doi.org/10.55271/pp0030>
- Yuniar, R. W. (2023). Indonesia’s Prabowo slams West for double standards, lack of moral leadership: ‘we don’t really need Europe.’ *South China Morning Post*. <https://www.scmp.com/week-asia/politics/article/3241398/indonesias-prabowo-slams-west-double-standards-lack-moral-leadership-we-dont-really-need-europe>
- Zanotti, L. (2015). Questioning Universalism, devising an ethics without foundations: An exploration of International Relations Ontologies and Epistemologies. *Journal Of International Political Theory*, 277-295.