

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abugaza, Anwar. (2013). *Social Media Politica*. Jakarta: Tali Writing & Publisihing House.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. (2009). *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Bandung: Refika Offset.
- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baran, Stanley, Dennis Davis. (2000). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Canada: Wadsworth.
- Budiarjo, Miriam. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Firmanzah. (2011). *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Levinson, Paul. (2009). *New New Media*. USA: Pearson.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sweeney, S, & Craig. (2011). *Social Media for Business:101 Ways to Grow Your Business without Wasting Your Time*. Canada: Maximum Press
- Tabroni, Roni. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyuni, Sari. (2012). *Qualitative Research Method: Theory and Practice*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wimmer, Roger dan Joseph Dominick. (2011). *Mass Media Research: An Introduction*. USA: Wadsworth.

Jurnal

- Aminulloh, Akhirul. (2010). Komunikasi Politik Dakwah Partai Keadilan Sejahtera pada Pemilu Legislatif 2009. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 8, No. 1, Januari-April 2010*, 28.
- Anshari, Faridhian. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi, Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013*, 91.
- Benner, W.Lance & Shanto Iyengar. (2010). The Shifting Foundations of Political Communication Responding to a Defense of the Media Effects Paradigm. *Journal of Communication, Vol. 60, No. 1, March 2010*, n.p.
- Eddyono, Aryo Subarkah. (2012). Kala Twitter Menjadi Sumber Informasi Jurnalis. *The 3rd International Communication Research Conference, PROCEEDING: Youth, Media, and Social Change*, 1.
- Setianto, Widodo Agus. (2013). Model Pengelolaan Komunikasi Politik di Media Online. *IPTEK-KOM, Vol. 15 No.2, Desember 2013*, 103-116.
- Tabroni, Roni. (2012). Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10, No. 2, Agustus 2012*, 107.

Artikel Majalah

- Berkicau di Media Sosial Bukan Sekadar Ikut Tren. (2013, Oktober). *Majalah Marketing*, 35.
- Hikmat, Isfari, Bahtiar Rifai, Pasti Liberti M., Bagus Prihantoro Nugroho, Erwin Dariyanto, Okta Wiguna. (2014, 31 Maret-6 April 2014). Puisi, Keris & Kuda Untuk Bergaya. *Majalah Detik*, 58-59.
- Septian, Anton, Tri Suharman, Indra Wijaya, Wayan Agus Purnomo. (2014, 28 April-4 Mei). Ring Satu-Dua Penjaga 08. *Majalah Tempo*, 35-36.

Wawancara

- Dhani, Ridwan. (2014, 14 Mei). Wawancara pribadi.
- Rizal, Yose. (2014, 11 Juni). Wawancara pribadi.
- Valdryno, Noudhy. (2014, 14 Mei). Wawancara pribadi.

Jurnal Online

- Amanda, Ras. (2011). Pola Penggunaan Media Massa sebagai Komunikasi Politik Calon Kepala Daerah. *The Excellence Research Universitas Udayana 2011*. Diakses 24 Februari 2014. <http://lppm.unud.ac.id/wp-content/uploads/Pola-Penggunaan-Media-Massa-sebagai-Komunikasi-Politik-Calon-Kepala-Daerah-oleh-Ras-Amanda.pdf>.
- Asur, Sitaram. Bernardo Huberman. (2010). Predicting the Future with Social Media. Diakses 23 April 2014. http://arxiv.org/pdf/1003.5699.pdf?origin=publication_detail.
- Boyd, Danah, Nicole Ellison. (n.d.). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Diakses 18 April 2014. <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>.
- Consumer3000.net. (Maret, 2013). Crowd Marketing Becomes Horizontal. Diakses 5 Maret 2014. http://consumer3000.net/wpcontent/uploads/2013/03/Crowd_Marketing-Becomes-Horizontal_PDF-Complete.pdf.
- Edosomwan, Simeon, Sitalaskshmi Kalangot Prakasan, Doriane Kouame, Jonelle Watson, Tom Seymour. (2011). The History of Social Media and its Impact on Business. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship, 2011, Vol. 16, No.3*. Diakses 18 April 2014. <http://www.minot.com/tom/SocialMedia-JAME.pdf>.
- TC du Plessis. (2010). Theoretical Guidelines for Social Media Marketing Communication. *Communicare Vol. 29 (1), July 2010*. Diakses 3 Juni 2014. http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/9938/CHARMAINE_socialmediamarketing.pdf?sequence=1.
- Treem, Jeffrey, Paul Leonardi. (2012). Social Media Use in Organization: Exploring the Affordance of Visibility, Editability, Persistence, and Association. *Communication Yearbook, 36, 143-189*. Diakses 3 Juni 2014 <https://comm.soc.northwestern.edu/leonardi/files/2012/09/socialmedia.pdf>.

Dokumen Lembaga

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (n.d.). *Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Diakses 6 Maret 2014. http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.UxkKgz9_u_nY.

Komisi Pemilihan Umum. (n.d.). *Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor: 365/Kpts/KPU/TAHUN 2009 tentang Penetapan Hasil lRekapitulasi Penghitungan Suara dan Pengumuman Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden dalam Pemilihan Umum Tahun 2009*. Diakses 8 Juni 2014. <http://kpu.go.id/dmdocuments/365.pdf>.

(n.d.). *Persentase Hasil Suara Partai*. Diakses 24 Mei 2014. <http://www.kpu.go.id/index.php/persentasepartai>.

(n.d.). *Perolehan Suara Partai Politik*. Diakses 24 Mei 2014. http://www.kpu.go.id/koleksigambar/952014_Perolehan_suara_parpol.pdf.

(n.d.). *Daftar Nama Anggota DPR RI Partai Gerindra*. Diakses 8 Juni 2014. <http://partaigerindra.or.id/uploads/Daftar%20nama%20Anggota%20DPR%20RI%20Partai%20Gerindra.pdf>.

Laman Situs

Facebook. (n.d.). *Fan Page Partai Gerindra*. Diakses 24 Februari 2014. www.facebook.com/Gerindra.

Partai Gerindra. (n.d.). *Berita Partai Gerindra*. Diakses 8 Juni 2014. <http://partaigerindra.or.id/info/berita-partai-gerindra/berita-nasional/page/2>.

(n.d.). *Sejarah Partai Gerindra*. Diakses 23 Mei 2014. <http://partaigerindra.or.id/sejarah-partai-gerindra>.

(n.d.). *Pengurus DPP Gerindra*. <http://partaigerindra.or.id/pengurus-dpp-gerindra>. Diakses 8 Juni 2014.

(n.d.). *6 Program Aksi Partai Gerindra*. <http://partaigerindra.or.id/6-program-aksi-partai-gerindra>. Diakses 8 Juni 2014.

- (2012) *Tunas Indonesia Raya (TIDAR)* <http://partaigerindra.or.id/2012/01/17/tunas-indonesia-roya-tidar.html>. Diakses 18 Juni 2014.
- Social Bakers. (n.d.). Diakses 23 Mei 2014. <http://www.socialbakers.com/twitter/Gerindra>.
- Statistic Brain. (n.d.). Diakses 18 April 2014. <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/>.
- Tim AniesBaswedan.com. (n.d.). Diakses 27 Februari 2014. http://aniesbaswedan.com/?utm_source=direct&utm_medium=landingpage&utm_content=know&utm_campaign=landing-know.
- Twitter. (n.d.). Diakses 28 Februari 2014. <https://twitter.com/>.
(n.d.). Diakses 28 Februari 2014. <https://about.twitter.com/>.
(n.d.). Diakses 18 Juni 2014. <https://support.twitter.com/articles/119135-faqs-about-verified-accounts>.
- Twtrland. (n.d.). Diakses 23 Mei 2014. <http://twtrland.com/profile/Gerindra#>.
(n.d.). Diakses 23 Mei 2014. <http://twtrland.com/profile/Gerindra/analysis>.
(n.d.). Diakses 23 Mei 2014. <http://twtrland.com/profile/Gerindra/demographics>.
(n.d.). Diakses 23 Mei 2014. <http://twtrland.com/profile/Gerindra/followers>.
(n.d.) Diakses 5 Juni 2014. <http://twtrland.com/about.php?s=About>.
- Zaini, Nur. (n.d.). Diakses 19 Februari 2014. http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/bppkiyogyakarta/files/2012/11/03_Nur-Zaini.pdf.

Artikel Berita Online

- Anies Baswedan Menggugah dan Menginspirasi Melalui Twitter. (Februari, 2014). *Kompas.com*. Diakses 26 Februari 2014. <http://nasional.kompas.com/read/2014/02/04/2241566/Anies.Baswedan.Menggugah.dan.Menginspirasi.Melalui.Twitter>.
- Ganjar Heru Menangi Kampanye Dunia Maya. (April, 2013). *SuaraMerdeka.com*. Diakses 26 Februari 2014. <http://www.suaramerdeka.com/>

v1/index.php/read/pilkada/2013/04/07/152065/Ganjar-Heru-Menangi-Kampanye-Dunia-Maya.

Ganjar Pranowo Kampanye Lewat Sosial Media. (November, 2012). *Merdeka.com*. Diakses 26 Februari 2014. <http://www.merdeka.com/politik/pilgub-jateng-ganjar-pranowo-039kampanye039-lewat-sosial-media.html>.

Hasil Hitung Cepat Pemilu Legislatif 2014. (n.d.). *Pemilihan.Info.com*. Diakses 18 April 2014. <http://pemilihan.info/hasil-hitung-cepat-pemilu-legilatif-2014.html>.

Jelang Pemilu Marak Akun Twitter Palsu Politikus dan Capres. (Februari, 2014). *CentroOne.com*. Diakses 28 Februari 2014. <http://www.centroone.com/news/2014/02-2/1y/jelang-pemilu-marak-akun-twitter-palsu-politikus-dan-capres/>.

Koalisi Tenda Besar Gerindra: Golkar, PKS, Hanura, PPP, dan PAN. (Mei, 2014). *Liputan6.com*. Diakses 8 Juni 2014. <http://indonesia-baru.liputan6.com/read/2046548/koalisi-tenda-besar-gerindra-golkar-pks-hanura-ppp-dan-pan>.

Majalah Garuda. (n.d.). Diakses 8 Juni 2014. <http://www.scribd.com/collections/3449421/Majalah-Garuda>.

Manifesto Gerindra Soal Agama Dinilai Offside. (April, 2014). *Kompas.com*. Diakses 4 Juni 2014. <http://nasional.kompas.com/read/2014/04/22/1618184/Manifesto.Gerindra.soal.Agama.Dinilai.Offside>.

Media Sosial Dinilai Efektif untuk Kampanye. (2014). *AntaraNews.com*. Diakses 28 Februari 2014. http://www.antaraneews.com/berita/421406/media-sosial-dinilai-efektif-untuk-kampanye?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter.

Mengintip Markas Cyber Army Gerindra. (April, 2014). *Detik.com*. Diakses 24 Mei 2014. <http://news.detik.com/pemilu2014/read/2014/04/22/135607/2561938/1562/mengintip-markas-cyber-army-gerindra?992204topnews>.

- Pengguna Twitter Indonesia Teraktif Ketiga di Dunia. (n.d.). *Chip.co.id*. Diakses 6 Maret 2014. http://www.chip.co.id/news/appsocial_media/9030/pengguna_twitter_indonesia_teraktif_ketiga_di_dunia.
- Prediksi Perolehan Kursi DPR RI 2014-2019. (n.d.). *Pemilihan.Info.com*. Diakses 8 Juni 2014. <http://pemilihan.info/prediksi-perolehan-kursi-dpr-ri-2014-2019.html>.
- Profil Partai Gerindra. (n.d.). *AntaraNews.com*. Diakses 8 Juni 2014. <http://www.antaraneews.com/pemilu/berita/422387/profil-partai-gerakan-indonesia-raja-gerindra>.
- Relawan Ganjar Pranowo Manfaatkan Jejaring Sosial. (April, 2013). *Kompas.com*. Diakses 26 Februari 2014. <http://regional.kompas.com/read/2013/04/06/23585597/relawan.ganjar.pranowo.manfaatkan.jejaring.sosial>.
- Relawan Garuda Branding Ganjar Lewat Sosial Media. (n.d.). *Yiela.com*. Diakses 28 Februari 2014. <http://www.yiela.com/view/3018706/relawan-garuda-branding-ganjar-lewat-social-media>.
- Sebelum Nyemplung ke Media Sosial Pejabat Harus Paham Ilmu Ini. (Januari, 2014). *Sindonews.com*. Diakses 26 Februari 2014. <http://nasional.sindonews.com/read/2014/01/18/15/827890/sebelum-nyemplung-ke-media-sosial-pejabat-harus-paham-ilmu-ini>.
- Tabloid Gema Indonesia Raya*. (n.d.). Diakses 8 Juni 2014. <http://www.scribd.com/collections/3340104/Tabloid-Gema-Indonesia-Raya>.