

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alhasbi, Ramli, et, al. (2023) Pengantar Ilmu Komunikasi. Surakarta: Tahta Media Group
- Cangara,Hafied (2016) Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi-Ed. Revisi-Cet5. Jakarta: Rajawali Pers
- Firmanzah, (2008) Marketing Politik, Antara Realitas dan Pemahaman. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Harrison, Lisa (2009) Metodologi Penelitian Politik. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Qomar, Mujamil (2022) Metodologi Penelitian Kualitatif. Malang: Inteligensia Media
- Sugiyono, (2022) Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: ALFABETA
- Syauket, Indriasari, et, al. (2024) Komunikasi Politik Pemerintahan. Malang: Literasi Nusantara Abadi
- Wahid, Umainah (2018) Komunikasi Politik, Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru. Bandung: Sambiosa Rekatama Media
- Wasesa, (2011) Political Branding and Public Relations. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Jurnal

- Abidin, S., & Cindoswari, A. R. (2019). Political Branding Ridwan Kamil Pada Masa Kampanye Pilgub Jawa Barat 2018 Melalui Twitter. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(1), 33–48. <https://doi.org/10.33884/commed.v4i1.1439>
- Andrias, M. A. dan T. N. (2013). Partai politik dan pemilukada (Analisis Marketing Politik dan Strategi Positioning Partai Politik Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 1(3), 352–372. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jipp/article/view/MAATN>
- Anggari, Nurhasanah, & Imanuddin, A. (2023). Strategi Political Branding Partai

- Keadilan Sejahtera Kota Jambi. *Jurnal Pemikiran Politik Islam*, 1(2), 98–108.
- Azra, A. (2008). *Obama dan Politik As*. <https://uinjkt.ac.id/index.php/id/obama-dan-politik-as>
- Editor, M. (2012). *Obama dan Strategi Pemasaran Politiknya*. <https://www.marketeers.com/obama-dan-strategi-pemasaran-politiknya/>
- Evandio, R. (2023). Strategi Personal Branding Puan Maharani Sebagai Cucu Bung Karno & Putri Megawati. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 4(7), 875–882. <https://doi.org/10.59141/jist.v4i7.650>
- Firmansyah, J. P., Amazihono, M., Annisa, C., Permatasari, M., & Raharjo, J. S. (2023). Peran Marketing Politik Dalam Membangun Kekuasaan Dan Kepemimpinan Politik. *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, 5(1), 947. <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v5i1.2849>
- Handika, R., & Azmi, A. (2020). Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.24036/jce.v3i1.336>
- Jamil, H., Hamad, I., & Sari, Y. (2023). Personal Branding Puan Maharani Pada Akun Instagram @Puanmaharaniri Menuju Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 205–217. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.2631>
- Kurniasih, E., & Setianti, Y. (2024). Strategi Personal Branding Anies Baswedan dalam Membangun Komunikasi Politik Melalui Instagram. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 7(1), 123–140. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6074>
- Kurniawan, R., & Kurniasari, N. D. (2014). Political Branding Kiai Madura (Studi Deskriptif Personal Branding KH. Imam Buchori Cholil Pada Pemilu Legislatif 2014 Kabupaten Bangkalan). *Ilmu Komunikasi*, 37(1), 36–42.
- Latuperissa, A. A. A. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 9–17. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1015>
- Nasir, A., Nurjana, Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan

- Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif 1. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445–4451. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APendekatan>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Primawardhani, A., & Prisanto, G. F. (2023). Political Branding Jokowi melalui Media Sosial Twitter dalam Kampanye Pemilu Presiden 2019. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 13(2), 1–18.
- Qomaruzzaman, Q. Z. (2023). Pemilu Legislatif Sistem Proporsional Tertutup Dan Terbuka Perspektif Siyasah Tasyri’iyyah. *Jatiswara*, 38(2), 148–162. <https://doi.org/10.29303/jtsw.v38i2.507>
- Safia Banurea, I., & Maulina, P. (2022). Political Branding Edy Rahmayadi pada Kampanye Pilgub Sumatera Utara Tahun 2018 melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan* |, 5(2), 115–137. <https://ejurnal.unma.ac.id/index.php/jika/>
- Sahid, R., & Budianto, H. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Airlangga Hartarto Dalam Membangun Political Branding Menjadi Capres 2024. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2), 238. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i2.11227>
- Sitanggang, H. B. N., & Dharmawan, A. (2016). Strategi Marketing Hary Tanoesoedibjo dalam Usaha Membangun Personal Branding Politik. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 20(1), 49–62. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v20i1.43>
- Surya, A. (2023). Political Branding Bupati Tuban Di Media Sosial Instagram. *Journal Communication Specialist*. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jcs/article/view/7058>

Peraturan & Dokumen

1. Peraturan KPU No.3 tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Pemilihan Umum Tahun 2024

2. Keputusan KPU Kab. Tasikmalaya Nomor 522 Tahun 2023 tentang “Penetapan Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kab.Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat dalam Pemilihan Umum tahun 2024”
3. PKPU No.6 tahun 2023 Tentang Daerah Pemilihan dan Alokasi Kursi anggota DPRD, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota dalam Pemilihan Umum Tahun 2024