

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media.
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial*. Prenada Media.
- Fachrudin, A. (2024). *Rahasia di Balik Kemenangan Pram-Doel di Pilgub DKI 2024* (F. Hidayat & A. F. Rifaldi (eds.); 1st ed.). Media Kalam.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Stone, P. J., Dunphy, D. C., Smith, M. S., & Ogilvie, D. M. (1967). *The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis*. MIT Press. <https://doi.org/10.2307/1161774>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media.

Sumber Jurnal

- Afarat, G. Y. (2018). Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis Gusti Yasser Arafat UIN Antasari Banjarmasin. *Jurnal Alhadrah*, 17(33), 32-48. <https://jurnal.uin-antasari.ac.id>
- Andary, R. W., & Lubis, K. (2023). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 9(4), 12-16.
- Apriliachani, D., Maula, S. D., Sasongko, R. L., Rameli, R. M., & Cahyani, A. R. (2024). Strategi Politik Iklusif: Analisa Pasangan Pram-Rano dalam Kontestasi Pilkada 2024. *JISSE*, 2(1), 26-32. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/JISSE/index>

- Ardiansyah, F., & Muhaimin. (2024). Analisis Komunikasi Politik dalam Kampanye Pemilu: Pendekatan Kualitatif terhadap Strategi dan Dampaknya di Media Sosial. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 3(3), 1145-1150. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i3.240>
- Arkana, D., & Wahyuni, S. (2024). Tiktok Sebagai Media Kampanye Partai Politik (Strategi Partai Solidaritas Indonesia Dalam Membangun Elektabilitas Pada Pemilu 2024). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 78-90. <https://doi.org/10.35760/mkm.2024.v8i1.11133>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The Logic of Connective Action. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*, 15(5), 739-768. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- Berliani, A. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 105-120. <http://oreilly.com/web2/archive/>
- Budiyono, M. (2016). Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada Dki Jakarta 2017. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 47-62. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol11.iss1.art4>
- Dewanti, S. C. (2020). Kebijakan Kampanye Secara Daring Pada Pilkada Serentak 2020. *Info Singkat*, 12(19), 25-30. [https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/info_singkat/Info Singkat-XII-19-I-P3DI-Oktober-2020-1946.pdf](https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/info_singkat/Info%20Singkat-XII-19-I-P3DI-Oktober-2020-1946.pdf)
- Dwi, A., Zulfikar, A. S., & Zubaidah, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial untuk Kampanye Sosial dan Keterlibatan Masyarakat: Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang. *IAPA Proceedings Conference, April*, 278. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1058>
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104-114.
- Herpamudji, D. H. (2015). Strategi Kampanye Politik Prabowo-Hattadan Perang Pencitraan Di Media Massa Dalam Pemilu Presiden 2014. *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*, 6(1), 1-10.
- Hia, E. F., & Siahaan, C. (2021). Komunikasi Politik di Era Digital. *HUMANTECH*, 10(1), 6-18. <https://doi.org/10.14710/politika.10.1.2019.93-111>
- Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 109-118. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519>
- Kriesi, H., Bernhard, L., & Häggli, R. (2007). *Political strategies in direct-democratic campaigns* (No. 8; Issue 8).

https://www.researchgate.net/profile/Regula-Haenggli/publication/267261061_Political_strategies_in_direct-democratic_campaigns/links/555f431f08ae8c0cab306ee0/Political-strategies-in-direct-democratic-campaigns.pdf

- Lase, I. K., Amin, M., & Ritonga, A. D. (2023). Teori Strategi Kampanye Aktor: Analisis Kasus Kemenangan Emmanuel Macron Pada Pemilihan Presiden Prancis 2017. *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 15(1), 70-92. <https://doi.org/10.32734/politeia.v15i1.9189>
- Letcher, D. (2018). Online Political Participation, Collective Action Events, and Meaningful Citizen Engagement: Social Media Use During Mass Protests. *Geopolitics, History, and International Relations*, 10(2), 70-75. <https://doi.org/10.22381/GHIR10220189>
- Purnomo, H., Gunawan, M. A., & Anggraini, D. F. (2022). TikTok sebagai Instrumen Media Sosial Baru dalam Komunikasi Politik. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 15696-15702. <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/9855>
- Ramadhani, S. P., Kurniawati, N. D., Nurcahyani, A., Khasanah, A. N., & Syaharani, N. V. (2025). Media Sosial: Pemantik Partisipasi Politik Generasi Z Menuju Pilkada Jakarta Yang Bermakna. *JISSE*, 3(1), 54-62.
- Rohman, M. N., & Hasfi, N. (2023). Komunikasi tanpa Deliberasi: Komunikasi Politik Online Konflik Agraria Wadas di Twitter @ganjarpranowo. *Jurnal Audiens*, 2(2), 182-202. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.16>
- Rosdiana, A. C., & Suryaningtyas, A. A. (2024). Politik Identitas dalam Kampanye Politik Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024. *Jurnal Audiens*, 5(1), 77-90. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.336>
- Rosha, M. A., & Halking. (2025). Persepsi Pemilih Pemula Terkait Kampanye Politik Di Media Sosial Tiktok Pada Pilpres 2024 (Studi Mahasiswa Ppkn Unimed Stambuk 2023). *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(2), 582-588. <https://doi.org/10.31604>
- Saragih, M. Y. (2023). Efektivitas Komunikasi Jurnalistik Online dalam Kampanye Pemilu 2024. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1753-1758. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25559>
- Setyo, B. (2013). Membangun Model Kampanye Calon Legislatif Incumbent Kabupaten Klaten Dalam Pemilu 2014. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 06(2), 37-48. <https://media.neliti.com/media/publications/224268-membangun-model-kampanye-politik-berbasi.pdf>
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer Di Indonesia: Sebuah Kajian

Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47-66.
<https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.7250>

Sukma, F., Cangara, H., & Saifulloh, M. (2024). Kampanye Politik Sebagai Politik Pemasaran : Tinjauan Atas Pemilihan Umum Calon Presiden Indonesia Tahun 2019. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 23(1), 366-376.
<https://doi.org/10.47467/mk.v23i1.4329>

Tresia, T., Yanto, & Risdiyanto, B. (2024). Analisis Konten Edukasi Kesehatan Mental Di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @StudiDjiwa). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 217-222.
<https://doi.org/10.37676/mude.v3i3.6450>

Sumber Tesis

Fatin, M. R. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik (Studi Mengenai Penggunaan Akun Instagram @Pinterpolitik Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers). In *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Hartomo, M. K. (2023). *Strategi Kampanye Politik (Analisis Strategi Kampanye Politik Digital PDI Perjuangan DPC Kota Depok di Instagram dalam Pilkada Kota Depok Tahun 2020)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Khotimah, K. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok @risyad_bay [UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri]. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73938%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73938/1/VIRA_YUNITA-FDK.pdf

Mardyanah, S. (2021). *Analisis Isi Klaus Krippendorff Pada Pemberitaan Rancangan Undang-Undang Omnibus Law Cipta Kerja Di Detik.Com* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].
<https://prosiding.respati.ac.id/index.php/PSN/article/view/356>

Sumber Berita

Nugroho, N. P. (2024). *PPI Ungkap Faktor Penyebab Pramono-Rano Menang di Pilgub Jakarta*. Tempo. <https://www.tempo.co/politik/ppi-ungkap-faktor-penyebab-pramono-rano-menang-di-pilgub-jakarta--1178733>

Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. We Are Social. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Sumber Perundangan

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 2 Tahun 2024 tentang Tahapan dan Jadwal Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2024

Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang