

DAFTAR PUSTAKA

UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

Alfiyani, N. (2018). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik. *Potret Pemikiran*, 22(1). Ardha, B. (2014). Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105-120.

Ardha, B. (2014). Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105-120.

Best, M. L., & Wade, K. W. (2009). The Internet and Democracy: Global catalyst or democratic dud?. *Bulletin of science, technology & society*, 29(4), 255-271.

Dahlberg, L. (2007). The Internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. *International journal of media & cultural politics*, 3(1), 47-64.

Dahlberg, L. (2001). The Internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, communication & society*, 4(4), 615-633.

Dunaway, J., & Graber, D. A. (2022). *Mass media and American politics*. Cq Press.

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.

Georg Sorensen. (2014). *Demokrasi dan Demokratisasi (Proses dan prospek dalam sebuah dunia yang sedang berubah)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Harahap, I. H. (2020). Kampanye Pilpres 2019 melalui media sosial dan pengaruhnya terhadap demokrasi Indonesia. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(01).

- Hariyani. (2016). Model Kampanye Pilkada atasi Politik Uang dan Sikap Pesimis Pemilih (Telaah Teoritis dan Konsep Implementasinya). *Jurnal Ilmiah Komunikasi MAKNA Vol. 6 No. 2, hal182*.
- Herpamudji, D. H. (2015). Strategi kampanye politik Prabowo-Hatta dan perang pencitraan di media massa dalam Pemilu Presiden 2014. *Politika*, 6(1), 13-24.
- Heryanto, Gun Gun dan Zarkasy, Irwa. (2012). *Public Relations Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Lees-Marshment, J., Rudd, C., & Stromback, J. (Eds.). (2009). *Global political marketing* (Vol. 3). Routledge.
- Nasution, Z., & IP, S. (1990). *Komunikasi Politik: Suatu Pengantar*. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Purwasito, A. (2011). *Pengantar Studi Politik*. Surakarta: UNS Press.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. Alhadharah: *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rizaty. M. A. (2023). Ada 116, 16 Juta Pengguna Instagram di RI Hingga Agustus 2023. Diakses dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023> pada 4 December 2023 pukul 11.56 WIB
- Sandra, L. J. (2013). Political branding Jokowi selama masa kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di media sosial Twitter. *Jurnal E-komunikasi*, 1(2).
- Saputro, G. E., & Haryadi, T. (2018). Edukasi kampanye anti hoax melalui komik strip. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 3(02), 238-255.
- Scammell, M. (2007). Political brands and consumer citizens: The rebranding of Tony Blair. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 176-192.
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi. *Avant Garde*, 9 (1), 67
- Shahreza, M. (2018). *Pengertian Komunikasi Politik*.
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2020). Election campaigning on social media: Politicians, audiences, and the mediation of political communication on Facebook and Twitter. In *Studying politics across media* (pp. 50-74). Routledge.

- Strong, CF. (2004). *Konstitusi-Konstitusi Politik dalam Kajian Tentang Sejarah dan Bentuk-Bentuk Konstitusi Dunia*. Bandung: Nuansa dan Nusa Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Thalhah, H. M. (2009). Teori Demokrasi dalam Wacana Ketatanegaraan Perspektif Pemikiran Hans Kelsen. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 16(3), 413-422.
- Venus, Antar. (2019). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik. Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis RekatamaMedia.
- Wijayanto, W. (2018). Ambiguous Neutrality: Kompasâ€™ Position Amid the Wave of Political Polarization During the Presidential Election 2014. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 20(2), 175-190.
- Komisi Pemilihan Umum. (2023). Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024. Diakses dari: <https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/pwp> pada 30 November 2023 pukul 12.00 WIB
- Komisi Pemilihan Umum. (2023). DPT Pemilu 2024 Dalam Negeri dan Luar Negeri, 204,8 Juta Pemilih. Diakses dari: <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih#:~:text=Jakarta%2C%20kpu.go.id,2%2F7%2F2023> pada 19 September 2024 pada pukul 11.28 WIB
- Kenali Anies Baswedan. (n.d.). Diakses dari: <https://aniesbaswedan.com/kenali-anies/> pada 20 November 2024 pukul 01.04 WIB
- Nandy. (n.d.). Biografi Prabowo Subianto, Karier di Militer Hingga Jadi Menteri Pertahanan. Diakses dari: <https://www.gramedia.com/literasi/biografi-prabowo-subianto/?srsltid=AfmBOooAGGowDuKK0XfRpEflWezlW5Y8xNVBJbGj9tQdfBJ86A8P92dc> pada 20 November 2024 pada pukul 11.10 WIB
- Nandy. (n.d.). Biografi Ganjar Pranowo, Profil, Biodata, dan Perjalanan Karirnya. Diakses dari: <https://www.gramedia.com/literasi/biografi-ganjar-pranowo/?srsltid=AfmBOopt1JVvYfUkj2cY5zoS7ND0ZJR5WRnAbo8HbjK6zTOdWLEqlJJC> pada 20 November 2024 14. 01 WIB
- Yolency. (2024). Peran Penting Gen Z dan Milenial Menuju Tatanan Politik Baru pada Pemilu 2024. Diakses dari <https://tubankab.go.id/entry/peran-penting-gen-z-dan-milenial-menuju-tatanan-politik-baru-pada-pemilu-2024> pada 19 September 2024 pukul 19.47 WIB