

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, L., & Amin, S. (2022). ANALISIS SELF-PRESENTING DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN PADA TAMPILAN INSTAGRAM MAHASISWA. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/dsjpips>
- Annisa, F. (2018). *Personal Branding Tokoh Politik Di Media Sosial Pada Pilkada Jawa Timur 2018* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- APJII. (2022). *Hasil Survei Profil Internet Indonesia*.
- Ariska, C. A. Y. (2022). ANALISIS PERSONAL BRANDING HENDRAR PRIHADI GUNA MEMBANGUN KOMUNIKASI POLITIK DI INSTAGRAM. 16(8), 7269–7276. <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- Astuty, A., Karim, H. A., & Nurliah. (2019). ANALISIS SEMIOTIKA KOMUNIKASI VISUAL MELALUI “INSTAGRAM” DALAM GAMBAR POSTINGAN AKUN @BANTU_DAKWAH. *eJurnal Ilmu Komunikasi Fisip Unmul*, 7(4).
- Avondita, W., Islami, D. I., Saifulloh, M., & Sukarni, N. F. (2022). Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram @agusyudhoyono. *Jurnal Cyber PR*, 2(1). <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- B Halim, M. D. (2020). *IMPLEMENTASI PERSONAL BRANDING GUBERNUR DKI JAKARTA MELALUI AKUN INSTAGRAM PRIBADI* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Difika, F. (2016). *DAKWAH MELALUI INSTAGRAM (Studi Analisis Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)*.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57–71.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (3rd ed.). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Fitriyani, I. N. (2023). Komunikasi Politik Ridwan Kamil dalam Membangun Personal Branding di Media Sosial: Pendekatan Semiotik. *Jurnal Komunikasi Peradaban*, 1(1).
- Harianti, L. (2019). *PERSONAL BRANDING PEJABAT PUBLIK DI MEDIA SOSIAL (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PERSONAL BRANDING HARNOJOYO MELALUI AKUN INSTAGRAM PRIBADI @harno.joyo)*.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, H., & Muksin, N. N. (2022). *Ganjar Pranowo's Political Public Relations to Build Political Communication on Social Media*.
- Indikator Politik Indonesia. (2023). *Rilis Survei Nasional: Dinamika Elektoral Capres dan Cawapres Pilihan Publik dalam Dua Surnas Terbaru*. Indikator.Co.Id.
- Kamil, I. (2023). *Survei LSI: Elektabilitas Ganjar Pranowo Teratas, Prabowo dan Anies Bersaing Ketat*. Nasional.Kompas.Com.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Luky, A., & Amin, S. (2022). ANALISIS SELF-PRESENTING DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN PADA TAMPILAN INSTAGRAM MAHASISWA. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/dsjpips>
- Maisyah, S. R., & Putri, K. Y. S. (2021). Konstruksi Makna Postingan Instagram @najwashihab Dalam Membangun Citra Diri (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam Al Munir*, 12(1). <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Musta'in. (2010). "TEORI DIRI" SEBUAH TAFSIR MAKNA SIMBOLIK (PENDEKATAN TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2), 269–283.
- Poltracking Indonesia. (2022). *Rilis Temuan Survei Nasional Poltracking Indonesia: Tendensi Peta Politik Pilpres 2024*. Poltracking.Com.
- PPID Jateng. (2022). *Profil Gubernur Jawa Tengah*.

- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Putri, D. M., Prisant, G. F., Ernungtyas, N. F., & Putri, S. A. (2022). Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2).
- Putri, T. S. (2022). *ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA SEBAGAI POLITISI MUDA PADA MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @SOBATGIRING* [Skripsi]. Universitas Bhayangkara.
- Rahayu, K. Y. (2022). *Survei Elekatibiltas: Elektabilitas Ganjar, Anies, dan Prabowo Sulit Terkejar*. Kompas.Id.
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023*. Dataindonesia.Id.
- Sari, M. R. (2019). *PERSONAL BRANDING TOKOH POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL (ANALISIS TERHADAP AKUN INSTAGRAM @harno.joyo SEBAGAI CALON WALIKOTA PALEMBANG PERIODE 2018-2023)*.
- Setiadi, A. (2016). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 2(2). www.antara.com
- Sugiantoro, A., Ghiarola, M., Ramadhan, J., Maajid, I. A., Hadiansyah, R., Nurmalisi, S. Z., & Shahreza, M. (n.d.). *EFEKTIFITAS SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @jokowi DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING PADA KAMPANYE PILPRES 2019*.
- Tamrin, A. M., Larisu, Z., & Dilla, S. (2020). Personal Branding Politikus DPR-RI Sulawesi Tenggara pada Akun Instagram. *Jurnal Online Journalistik*, 2(2). <http://ojs.uho.ac.id/index.php/Journalistik/index47>

Wasesa, S. A. (2011). *Political Branding & Public Relations* (1st ed.). PT Gramedia
Pustaka Utama.

Wikipedia. (2013). *Gubernur ke-15 Jawa Tengah*.

