

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Romadoni. (2023). Melihat Gaya Kampanye ‘Gemoy’ Prabowo.Kumparan News. Diakses pada tanggal 16 November 2024 <https://kumparan.com/kumparannews/melihat-gaya-kampanye-gemoy-prabowo-21dNVHgR5Wm/2>
- Akbar, B. I. (2020). GIBRAN RAKABUMING SANG PEMBISNIS MUDA.
- Amalia, A. N. (2021). Political Marketing dalam Pilkada:(Studi Kasus terhadap Kemenangan Pasangan Chaidir Syam dan Suhartina Bohari pada Pilkada Maros 2020) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Annisa, F. (2018). Personal Branding Tokoh Politik di Media Sosial pada Pilkada Jawa Timur 2018 (Analisis Isi Akun Instagram Khofifah Indar Parawansa) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- APJII. (2022). Hasil Survei Profil Internet Indonesia.
- Ariska, C. A. Y. (2021). Analisis Personal Branding Hendrar Prihadi Guna Membangun Komunikasi Politik Di Instagram. Media Bina Ilmiah, 16(8), 7269-7276.
- ARYANTI, T. S. (2018). POLITICAL BRANDING KANDIDAT POLITIK DALAM MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Kuantitatif Konten Instagram@ridwankamil) (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Chusna. (2024). Hasil Lengkap Pemilu 2024: Pilpres dan Pileg. <https://nasional.kompas.com/read/2024/03/21/11334381/hasil-lengkap-pemilu-2024-pilpres-dan-pileg>
- CNBC Indonesia. (2021). LSI Denny JA: Prabowo-Gibran 46,6%, Ganjaer-Mahfud 24,8%, AMIN 22,8%.
- Data Indonesia. (2023). Profil Gibran Rakabuming Raka.
- Difika, Fifit. (2016) Dakwah melalui Instagram (studi analisis materi dakwah dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham).
- Fairus.(2024).Penggunaan AI di Kampanye Politik, Parabowo-Gibran Paling Efektif. KUYOU.Diakses pada tanggal 16 November 2024 <https://kuyou.id/homepage/read/37834/penggunaan-ai-di-kampanye-politik-prabowo-gibran-paling-efektif>
- Firmanzah. (2012). Marketin Politik: Antara Pemahaman dan Realitas (3rd ed.). Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hamzah, A. (2019). Metode Penelitian Kualitatif: Rekontruksi Pemikiran Dasar Serta Contoh Penerapan pada Ilmu Pendidikan, Sosial & Humaniora. Malang: Literasi Nusantara.
- Harianti, L. (2019). Personal Branding Pejabat Publik Di Media Sosial (Studi

- Deskriptif Kualitatif Personal Branding Harnojoyo Melalui Akun Instagram Pribadi@ harno. joyo) (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1146>
- Hasibuan, Melayu, SP. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia edisi revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lees Marshment, Jennifer. (2009). *Political Marketing Principles And Applications*. USA : British Library.
- Lipianen, H & Karjaluoitto, H (2012). Sugesstions for B2B Brand on Surviving in the Digital Age. *Jurnal University of Helsinki*, Vol 3, No.1, pp. 1-12
- Maulana, M. L. & Harjono, B. (2024). Politik Dan AI: Gaya Komunikasi Kampanye Politik Capres Prabowo-Gibran. *Jurnal Komunikasi dan Media*. 2 (4), 159-196.
- McNally, D., & Speak, K. (2012). *Be Your Own Brand: A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd*. Berrett-Koehler, Publishers, pdf.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Muti Arani Zulaikho, A., Nur Suryanto Gono, J., & Naryoso, A. (2023). PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO DI MEDIA SOSIAL. *Interaksi Online*, 11(4), 140-150.
- Nelson & Quick. (2005). *Personality, Perception, & Attribution*. Dari www.siue.edu/~dstrick/Course_Material/MGMT_341/.
- Patton, Quinn Michael. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. California : Sage Publications Inc.
- Putri, D. M., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., & Putri, S. A. (2022). Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(2), 195-207.
- Rampersad, H. K. (2008). *Sukses membangun authentic personal branding*. Jakarta: PPM Manajemen.
- Sarantakos, S. (2013). *Social Research*. (4th ed.). New York : Palgrave Macmillan.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Soraya, I. (2017). *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram*

- (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@ Bandungmakuta). Jurnal Komunikasi, 8(2).
- Sutarso, J. (2011). Pendekatan Pemasaran Politik (Political Marketing) Dalam Pemilihan Umum.
- Tempo.co. (2023). Videotron Kampanye Prabowo-Gibran di Pos Polisi Semanggi, Ini Kata KPU DKI. Tempo.co. Diakses pada tanggal 16 November 2024 <https://www.tempo.co/arsip/videotron-kampanye-prabowo-gibran-di-pos-polisi-semanggi-ini-kata-kpu-dki-104778>
- Weeks, B.E. & Holbert, R.L. (2013). Predicting Dissemination of Newscontent in Social Media: a Focus Onreception, Friending and Partisanship. Journalism & Mass Communication Quarterly, Edition April 2013.
- Winarno, M. E. (2013). Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani. Malang: Universitas Negeri Malang (UM Press).