

Daftar Pustaka

Peraturan Perundang-undangan

PKPU No. 13 Tahun 2020 tentang perubahan Kedua atas PKPU Nomor 6 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pilgub, Pilbup, dan/atau Pilkot Serentak dalam kondisi bencana nonalam *corona virus deseas* 2019 (covid-19).

Buku

Ahmad, N. (2021). *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik*. Yogyakarta: Pustaka Zaman.

Fitriyah. (2012). *Teori dan Politik Pemilihan Umum di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.

Meyer, T. (2012). *Peran Partai Politik dalam Sebuah Sistem Demokrasi: Sembilan Tesis*. Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Schroder, P. (2013). *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich-Nauman-Stiftung fuer die Freiheit.

Surbakti, R. d. (2011). *Merancang Sistem Politik Demokratis*. Jakarta: Kemitraan bagi Pembaruan Tata Pemerintahan.

Tesis

Achsa, P. H. (2018). Pengguna Internet Sebagai Public Sphere dalam Demokrasi Deliberatif (Analisis Penggunaan Hashtag Terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019). *Tesis*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Skripsi

Abrori, H. M. (2019). Strategi Pemenangan Petahana dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sidoarjo 2015. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Ampel Surabaya.

- Achmad, A. Z. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130-145.
- Achsa, P. H. (2018). Pengguna Internet Sebagai Public Sphere dalam Demokrasi Deliberatif (Analisi Penggunaan Hashtag Terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019). *Tesis*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Adhim, A. (2021, 10 30). Alasan Tidak Adanya Unggahan Konten Kampanye Pada Akun Tertentu. (D. Mayangsari, Interviewer)
- Adhim, A. (2021, 10 30). Alasan Tidak Memiliki Tim Cyber. (D. Mayangsari, Interviewer)
- Ahmad, N. (2021). *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik*. Yogyakarta: Pustaka Zaman.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1).
- Ardiansyah, M. (2017). Kampanye Pilkada Menggunakan Media Massa Elektronik Dalam Pandangan Etika Politik Islam (Studi Analisis Terhadap UU No. 4 Tahun 2017 tentang KPU).
- Betsiana, N. R. (2017). Strategi Pemenangan Incumbent pada Pilkada 2017 di Kabupaten Brebes. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang.
- Dewanti, C. S. (2020). Kebijakan Kampanye Secara Daring Pada Pilkada Serentak 2020. *Info Singkat*, 12(9).
- Fadly, T. (2015). Strategi Media Sosial (Twitter) Tim Pemenangan Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam Pemilihan Presiden 2014. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fakhry, S. d. (2014). Budget Process Pemerintah Daerah: Menelisik Nilai Kemandaran Atas Perilaku Aktor ANggaran. *Jurnal Analisis*, 3(2).
- Fitriyah. (2012). *Teori dan Politik Pemilihan Umum di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.

- Gatara, S. A. (2016). Demokrasi Nothing Kritik Terhadap Konsep dan Praktek Cyberdemocracy. *Jurnal Kebijakan Publik*, 22.
- Herdiansyah, G. A. (2020). Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Bekasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Serentak Tahun 2019. *POLTEA: Jurnal Politik Islam*, 3(2).
- Komariah, K. d. (2018). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu. *Jurnal Aristo*, 7(2).
- Krisnanto, W. I. (2018). Strategi Pemasaran Politik pada Era Digital: Pemanfaatan Instagram dalam Kampanye Politik pada Pilgub DKI Jakarta 2017. 1-15.
- Kurniawati, A. (2019). Evaluasi Inovasi Pelayanan Publik BRT Trans Semarang Menggunakan Pembayaran Gopay. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
- Ma'ruf, S. R. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Jurnal Acta Diurna*, 15(2).
- Meyer, T. (2012). *Peran Partai Politik dalam Sebuah Sistem Demokrasi: Sembilan Tesis*. Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Muhazir, A. (2020). Strategi Political Marketing Kandidat dalam Pilkada Serentak Periode III di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Nurfahirah. (2016). Media Sosial Facebook Sebagai Ruang Komunikasi Politik dalam Pilkada di Kabupaten Gowa Tahun 2015. *Skripsi*. Fakultas Usluhuddin, Filsafat dan Politik, UIN Aaluddin Makassar.
- Patrisia, E. N. (2020). Marketing Politik Pemilukada Cagub Provinsi Bengkulu Tahun 2020 (Studi Pada Pasangan Helmi - Dedi). *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(2).
- Pontoh, C. d. (2015). Strategi Kampanye Pemenangan Bupati dan Wakil Bupati terpilih pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa. *Journal Acto Diurna*, 4(1).

- Putri, A. F. (2021). Efektivitas Kampanye Dalam Jaringan: Studi Kasus Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Timur Sulawesi Selatan. *Jurnal Analisa Sosiologi*.
- Putri, A. I. (2017). Strategi Politik Perempuan Caleg Sumatera Barat dalam Pemilu 2014. *Journal of Moral and Civic Education*, 1(2).
- Retnamulya, A. I. (2018). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilihan Pemula di Kalangan Pelajar Kabupaten Bogor. *Jurnal Sosiohumaniora*, 20(2).
- Riswadi. (2021, 10 29). Alasan Penghapusan Akun dan Konten Kampanye. (D. Mayangsari, Interviewer)
- Riswadi. (2021, 10 29). Rekrutmen Tim Cyber Juang. (D. Mayangsari, Interviewer)
- Rosul, S. (2021, 11 21). Strategi Kampanye Fadia-Riswadi. (D. Mayangsari, Interviewer)
- Sagitriski, Y. (2019). Strategi Pemenangan Tim Sukses Pasangan Muhammad Wardan Syamsudin Uti Dalam Memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2018. *JOM FISIP*, 6(2).
- Sari, S. (2021). Efektivitas Kampanye Politik di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Schroder, P. (2013). *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich-Nauman-Stiftung fuer die Freiheit.
- Sekarwulan, A. d. (2020). Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ dalam Menentukan Capres dan Cawapres 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2).
- Siagian, F. H. (2015). Pengaruh Efektivitas Pengguna Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).
- Siska, L. (2018). Marketing Politik Pasangan Sutarmidji-Norsan Dalam Pemilihan Gubernur Kalimantan Barat Tahun 2018 di Kecamatan Sekadau Hilir Kabupaten Sekadau. *Aspirasi, Jurnal S1 Ilmu Politik*.

Surbakti, R. d. (2011). *Merancang Sistem Politik Demokratis*. Jakarta: Kemitraan bagi Pembaruan Tata Pemerintahan.

Sutrisno, N. Y. (2018). Komparasi Teori Marketing Politik 4P Menurut Niffenegger dan 3P Menurut Adman Nursal. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 6(2).

Widiyana, A. (2021). Kampanye di Masa Pandemi Covid-19 dalam Kontestasi Pemilihan Wali Kota Surabaya Tahun 2020 (Analisis Pasangan Calon Eri Cahyadi dan Armuji). *Skripsi*.

Yoana, V. (2015). Strategi Kampanye Politik Partai Politik Gerindra Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2014. *Skripsi*.

Internet

www.indikator.com, diakses pada 28 oktober 2020 pukul 11.44 wib.

<https://pers.droneempri.id/pilkada-2020-pro/>, diakses pada 1 November 2020 pukul 19.02 wib.

<https://pers.droneempri.id/kampanye-new-normal-dan-resa-effect/>, diakses pada 1 November 2020 pukul 19.08 wib.

Infopemilu2.kpu.go.id, diakses pada 5 September 2021 pukul 09.30 wib.

<https://pekalongankab.bps.go.id/>, diakses pada 5 September 2021 pukul 10.20 wib.

Farid Firdaus (2020). Covid-19 di Kabupaten Pekalongan Naik, Ketua DPRD Positif, diakses dari <https://www.gatra.com/detail.news/4853035/kesehatan/covid-19-di-kabupaten-pekalonngan-naik-ketua-dprd-positif>, pada 29 oktober 2020 pukul 09.32 wib.

Agus Setiawan (2019). Terpilih Sebagai Guru Teladan, Bupati Janjika Hadiah Umroh, diakses dari <https://www.suaramerdeka.com/jawa-tengah/pr-0482935/terpilih-sebagai-guru-teladan-bupati-janjikan-hadiah-umroh>, pada 1 Desember 2020 pukul 08.05 wib.

Wawancara

Adhim, A. (2021, 10 30). Alasan Tidak Adanya Unggahan Konten Kampanye Pada Akun Tertentu. (D. Mayangsari, Interviewer)

Adhim, A. (2021, 10 30). Alasan Tidak Memiliki Tim Cyber. (D. Mayangsari, Interviewer)

Riswadi. (2021, 10 29). Alasan Penghapusan Akun dan Konten Kampanye. (D. Mayangsari, Interviewer)

Riswadi. (2021, 10 29). Rekrutmen Tim Cyber Juang. (D. Mayangsari, Interviewer)

Rosul, S. (2021, 11 21). Strategi Kampanye Fadia-Riswadi. (D. Mayangsari, Interviewer)