

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Bungin, B. (2007). *Analisis data penelitian kualitatif*.
- Burhan, B. (2003). Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi. *Jakarta: Raja Grafindo Persada*.
- Cangara, H. (2011). *Komunikasi politik konsep, teori dan strategi*.
- Darmawan, I. (2015). Mengenal Ilmu Politik. *Jakarta: Kompas Media Nusantara*.
- Deddy, M. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. *Jakarta: Rosda*.
- Effendy, O. U. (2009). Komunikasi teori dan praktek. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Firmanzah, M. P. (2007). Antara Pemahaman dan Realitas. *Jakarta: Yayasan Obor Indonesia*.
- Ghoni, M. F. A. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah. *Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, M. T., Arifin, A., & Putra, A. M. (n.d.). *POLITIK KOMUNIKASI PUBLIK*.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The Communication of Ideas*, 37(1), 136–139.
- McQuail, D. (2003). New horizons for communication theory in the new media age. *A Companion to Media Studies*, 40–49.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage publications.
- Moleong, L. J. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif, cetakan ketujuh belas. *Penerbit PT*

*Remaja Rosdakarya, Bandung.*

Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon: realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah.* Peter Montoya.

O'Brien, T. (2007). *The power of personal branding: Creating celebrity status with your target audience.* Mendham Pub.

Parengkuan, E., & Tumewu, B. (2014). *Personal Brand-Inc. Rahasia Untuk Sukses Dan Bertahan Di Karir, Gramedia, Jakarta.*

Rachmat, K. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi. Jakarta, PT Kencana Prenada Media Group.*

Soyomukti, N. (2010). *Teori-teori pendidikan. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.*

Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2012). *Social media and political communication: a social media analytics framework. Social Network Analysis and Mining.*

Subiakto, H. (2015). *Komunikasi politik, media, dan demokrasi.* Prenada Media

### **Non Buku**

Aminulloh, A. (2019). *Strategi Personal Branding Sutiaji dan Sofyan Edy Jarwoko dalam Pilkada Kota Malang 2018. Jurnal Komunikasi Nusantara, 1(1), 1–10.*

Anshari, F. (2013). *Komunikasi Politik di Era Media Sosial Faridhian Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta. Jurnal Komunikasi, 8(1), 91–101.*  
<http://dosen.univpancasila.ac.id/dosenfile/7014211002154994371612February2019.pdf>

Sitanggang, H. B. N., & Dharmawan, A. (2016). *Strategi Marketing Hary Tanoesoedibjo dalam Usaha Membangun Personal Branding Politik. Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi*

*Pembangunan*, 20(1), 49–62.

