

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 9(1), 68–78. https://twitter.com/PSI_Jakarta
- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22(1), 57–69.
- Alya, N., Amini, K., & Arianto, I. D. (2024). Personal Branding Strategies of The Deputy Mayor of Surabaya Through The Instagram Account @cakjl. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 4(4), 2040–2059. <http://eduvest.greenvest.co.id>
- Annur, C. M. (2024, March 1). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2024/03/01/Ini-Media-Sosial-Paling-Banyak-Digunakan-Di-Indonesia-Awal-2024#:~:Text=Menurut%20laporan%20terbaru%20We%20Are,Di%20Indonesia%20pada%20Januari%202024>.
- Antara. (2023, April 29). Survei PolMark Indonesia: Cak Imin Cawapres Paling Potensial. <https://M.Antaranews.Com/Amp/Berita/3511059/Survei-Polmark-Indonesia-Cak-Imin-Cawapres-Paling-Potensial>.
- Arrianie, L. (2021). *Komunikasi Politik: Dramatisme dan Pencitraan Politisi di Panggung Politik* (Y. S. Hayati, Ed.; 1st ed., Vol. 1). PT Rajagrafindo Persada.
- Avondita, W., Islami, D. I., Saifulloh, M., & Sukarni, N. F. (2022). Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram @agusyudhoyono. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 2, Issue 1). <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Azmi, F., Yoah Amiel, B., Balqis, A., Nabila, I. M., Arindah, F., Ilmu, P., Upn, P., & Jakarta, V. (2022). Komunikasi Politik Anies Baswedan dalam Membentuk Opini Publik Melalui Media Sosial Menjelang Pemilihan Presiden 2024. In *JOURNAL OF POLITICS AND DEMOCRACY STUDIES* (Vol. 3, Issue 2).

- Azzahra, L. Z., & Nugrahani, R. U. (2023). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran dari Penalama Coffee di Suryakencana Bogor dalam Menarik. *E-Proceeding of Management*, 10(4), 2773–2780.
- Boczkowski, P. J., Matassi, M., & Mitchelstein, E. (2018). How young users deal with multiple platforms: The role of meaning-making in social media repertoires. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), 245–259. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy012>
- Emeraldien, F. Z., Sunarsono, R. J., & Alit, R. (2019). Twitter Sebagai Platform Komunikasi Politik Di Indonesia. *SCAN: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 14(1), 21–30. <http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/scan/article/download/1457/1207>
- Fransiska Hia, E., & Siahaan, C. (2021). Komunikasi Politik Di Era Digital. *Humantech: Jurnal Ilmiah Humantech*, 01(01), 6–18.
- Franzia, E. (2018). Personal Branding melalui Media Sosial. *Seminar Nasional Pakar Ke 1*, 15–20. www.the-marketeers.com
- Hadjira, S., & Suranto. (2023). Personal Political Branding: Strategi Kampanye Ganjar Pranowo Untuk Pilpres 2024 di Social Media Twitter Personal Political Branding: Ganjar Pranow Campaign Strategy For the 2024 Presidential Election on Social Media Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 181–199. <https://doi.org/10.33508/jk.v12i2.4907>
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*: p-ISSN, 2723, 6609.
- Hasibuan, N. E.-K., Sidabalok, U. F., Afandi, R., & Manurung, M. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas Bakal Calon Presiden Dan Wakil Presiden. *Jurnal Terapung: Ilmu - Ilmu Sosial*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.31602/jt.v6i1.13323>
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., Muhammad, D., & Iyansyah, I. (2021). Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 2745–5254.

- Hidayat, H., & Muksin, N. N. (2022). Ganjar Pranowo's Political Public Relations to Build Political Communication on Social Media. *16th Urecol: Seri Pendidikan Dan Humaniora*, 39–58.
- Indrawan, M. R. J. (2017). Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat. *Wacana*, 16(2), 171–179.
- Indrawan, J., Barzah, R. E., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram sebagai media komunikasi politik bagi generasi milenial. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 170-179.
- Jamil, H., Hamad, I., & Sari, Y. (2023). Personal Branding Puan Maharani Pada Akun Instagram @Puanmaharani Menuju Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 205–217. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.2631>
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis An Introduction to Its Methodology* (4th Edition). SAGE Publication.
- Lahitani, S. (2024, February 2). Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Mencapai 79% di Tahun 2024. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5518803/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-indonesia-mencapai-79-di-tahun-2024?page=2>.
- Meifilina, A. (2021). Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101–110.
- Moneter, B. A. H., & Susanto, E. H. (2020). Strategi Komunikasi Politik Partai Baru (Studi Kasus Perolehan Suara Partai Solidaritas Indonesia di DPRD DKI Jakarta Pada Pemilu 2019). *Koneksi*, 4(1), 43–49.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Penomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying The Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah* (First Edition). Vaughan Printing.
- Muchtar, K. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136–147.

- Mujiono, D. I. K. (2023, September 4). Manuver koalisi Anies Baswedan: Apa untungnya memilih Cak Imin dan akan kemana AHY? *Https://Theconversation.Com/Manuver-Koalisi-Anies-Baswedan-Apa-Untungnya-Memilih-Cak-Imin-Dan-Akan-Kemana-Ahy-212697*.
- Muttaqin, M. I., Ardiansyah, A., & Nurmandi, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Akun X Ridwan Kamil Dalam Membangun Personal Branding Dan Kedekatan Kultural Terhadap Masyarakat. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 10(1), 174–190.
- Nasution, A. R. H. (2022). Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Cory Sriwaty Sebayang – Theopilus Ginting Pada Pilkada Karo Tahun 2020. *JIMSIPOL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(2), 1–12.
- Nofiard, F. (2022). Komunikasi Politik Digital di Indonesia. *Al-Hiwar : Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 10(2), 31. <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v10i2.7548>
- Oktoyanti, G. T., Yamin, A., & Firmansyah, J. (2024). PEngaruh Komunikasi, Kebijakan Dan Citra Politik Partai Nasdem Terhadap Keputusan Memilih Masyarakat. *SEMAI: Seminar Nasional Manajemen Inovasi*, 7(1), 167–176. <https://conference.uts.ac.id/index.php/>
- Puspitaningrum, D. R., Laura, P., & Irwansyah. (2020). Teori Kekayaan Media dalam Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi Pejabat Publik: Studi Kasus Gerakan Blokir Akun Twitter Juru Bicara Presiden. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 227–237. www.tekno.kompas.com
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding* (F. Husaini, Ed.). QUADRANT.
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94–101. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>
- Riyanto, A. D. (2024, February 21). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. *Https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Data-Digital-Indonesia-2024/*.

- Saragih, M. A., Saragih, M. Y., & Alfikri, M. (2022). Peranan Humas Partai Golongan Karya (Golkar) Dalam Upaya Meningkatkan Citra Di Kabupaten Asahan. *At-Tazakki*, 6(1), 191–211.
- Setiawan, D., & Nurmandi, A. (2020). Sandiaga Uno : Personal Branding di Twitter. *Jurnal Public Policy*, 6(1), 19. <https://doi.org/10.35308/jpp.v6i1.1657>
- Srisadono, W. (2018). Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 Dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 213–227.
- Suparto, D., & Habibullah, A. (2021). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Penyebaran Informasi dalam Pelayanan Publik. *Indonesian Governance Journal : Kajian Politik-Pemerintahan*, 4(2), 161–172. <https://doi.org/10.24905/igj.v4i2.1927>
- Suri, M., & Aini, S. P. (2023). Personal Branding Gibran Rakabuming Raka sebagai Walikota Solo Melalui Media Baru Analisis Semiotika Aktivitas Twitter @gibran_tweet. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 447–458. <https://doi.org/10.54082/jupin.181>
- Syarief, F., Studi, P., Akademi, P., Bsi, K., Jl, J., Jati, K., No, V., & Timur, J. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby). *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 262–269.
- Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 133–145. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037>
- Witanti, M., Diah, A. P., & Imaddudin. (2022). PErsonal Branding Tri Adhianto Sebagai Media Komunikasi Politik Melalui Instagram @MASTRIADHianto 1. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(10), 3690–3698. <https://doi.org/10.31604/jips.v9i10.2022.3690-3698>
- Zahra, S. A., Rezeky, R., Lumban Toruan, M., & Islami, D. I. (2024). Kampanye Digital Politisi Muda Adiguna Daniel Dalam Membangun Personal Branding Melalui Tiktok. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 4, Issue 2).

Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102–109. <https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter>,