

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. (2012). *MANAJEMEN KOMUNIKASI POLITIK DAN MARKETING POLITIK*. Yogyakarta: Pustaka Zaman.
- Bungin, B. (2018). *Komunikasi politik pencitraan : the social construction of public administration (SCoPA)*. Jakarta: Prenada Media.
- Creswell, J. W. (2016). *RESEARCH DESIGN Pendekatan Metode Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Efriza, I. J. (2018). *Komunikasi Politik : Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing.
- Gama, B., Sudardi, B., Abdullah, W., & Wijaya, M. (2019). Blusukan and Personal Branding of Regional Head Election Candidates in Solo City. *Proceedings of the 1st Asian Conference on Humanities, Industry, and Technology for Society (ACHITS)*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanevi, A. G., Suryanef, & Rafni, A. (2022). Political Branding Analysis of Prabowo-Sandiaga In Terms of Appearance and Personality Aspects (Study on the 2019 Election). *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*.
- I, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jannah, A. S. (2022). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK PEMASARAN POLITIK GUBERNUR JAWA TIMUR (KHOFIFAH INDAR PARAWANSA) BERIMPACT PADA ELEKTABILITAS INDIVIDUAL MAUPUN ORGANISASI. *Research Gate*.
- Khatami, M. I. (2021). Eksistensi "Baliho 2024" dalam Pertarungan Elektabilitas: Analisis Pencitraan Tokoh Politik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi (JISIP-UNJA)*.
- Kartono, K. (2013). *Pemimpin dan kepemimpinan : apakah kepemimpinan abnormal itu?* Jakarta: Rajawali Pers.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. United States: Peter Montoya Inc.

- Putra, A. M., Islami, A. J., Andhika, D., & Rosit, M. (2020). The Influence of Vlog toward Joko Widodo in President Election (Pilpres) 2019. *Saudi Journal*.
- Putra, D. K. (2015). *KOMUNIKASI CSR POLITIK*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Soetomo. (2013). Personal Branding dalam Peningkatan Elektabilitas (Studi Kekuatan Foto Ganjar Pranowo pada Pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2013). *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugono, D. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Sundaro, H. (2022). Positivisme dan Post Positivisme : Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Perencanaan Kota Dalam Tinjauan Filsafat Ilmu dan Metodologi Penelitian. *MODUL*, 22, 21-30.
- Syafrizal, P. R., & Wardi, Y. (2022). The Impact of Social Media Campaign and Personal Branding on Electability: Case Study of Regional Head Elections in West Sumatera. *Proceedings of the Eighth Padang International Conference on Economics Education, Economics*.
- Wardi, Y. (2015). Pengaruh Iklan dan Personal Branding Terhadap Elektabilitas Calon Walikota/Calon Wakil Walikota Padang Periode 2014-2019. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*.
- William, R., & Wuryandari, N. E. (2020). Political Marketing in The Election for Governor in This Digital Age. *DIJMS: Dinasti International Journal of Management Sciences*.