

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, E. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Bumi Aksara.
- Jalaludin Rakhmat. (2007). *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Rajawali Pers.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia: Departemen Pendidikan Nasional*. (2008). Gramedia Pustaka Utama.
- Kumara, A. (2019). *Komunikasi Antar Pribadi*. Universitas Ahmad Dahlan.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Prenadamedia Group.
- Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cetakan ke). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan Rosadi. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Salah, A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Aksara Timur.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharman. (2005). *Psikologi Kognitif*. Srikandi.
- Wahid, U. (2018). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal/Skripsi

- Akhmad Mahfudz, N. . 15730123. (2020). *STRATEGI BRANDING DALAM MEMBANGUN CITRA TPA PERCONTOHAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif TPA Anwar Rasyid Gondokusuman Kota Yogyakarta)*. 119. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44097/>

- Ardianto, E. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Baity, A. N., & Adi, A. S. (2016). Persepsi Aktivis Mahasiswa 1998 Tentang Demonstrasi Tahun 1998 dalam Rangka Menurunkan Soeharto. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 03(04), 1678.
<https://core.ac.uk/download/pdf/230710655.pdf>
- Dharma Putra, O., Armawati Sufa, S., & Ratnasari, E. (2022). POLITICAL BRANDING GANJAR PRANOWO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ganjar_pranowo. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1–16.
<https://doi.org/10.33084/restorica.v8i2.3334>
- Fatmawati, A. (2018). *Political Branding “Sobat Mustafa” Dalam Pembentukan Citra Mustafa Sebagai Bakal Calon Gubernur Lampung Periode 2018-2023*. 2023.
- Fuady, I., Arifin, H., & Kuswarno, E. (2017). Factor Analysis That Effect University Student Perception in Untirta About Existence of Region Regulation in Serang City - Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 123770.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Bumi Aksara.
- Ita Suryani, Akhmad Zulfikri, W. M. (2021). Kampanye Untuk Pencegahan Penyebaran Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 93–101.
- Jalaludin Rakhmat. (2007). *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Rajawali Pers.
- Jamaludin. (2021). *Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dalam Menonton Tayangan Liga Paranormal Di Trans TV*. 119.
<https://repository.uir.ac.id/16105/1/149110102.pdf>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia: Departemen Pendidikan Nasional*. (2008). Gramedia Pustaka Utama.
- Kumara, A. (2019). *Komunikasi Antar Pribadi*. Universitas Ahmad Dahlan.

- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Prenadamedia Group.
- Maulina, P., & Muttaqin, M. (2020). Citra Politik Prabowo-Sandi Dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 Di Akun Media Sosial Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 40–50. <https://doi.org/10.14710/interaksi.9.1.40-50>
- Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cetakan ke). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan Rosadi. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Salah, A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Aksara Timur.
- Sandra, L. J. (2013). Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur Dki Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(2), 276–287. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/912>
- Santosa, R., & Rahmawati, A. (2023). Komparasi Political Branding Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo melalui Instagram Menjelang Pemilu 2024. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10285–10291. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3413>
- Sihabudin, M. M. R., Nur, H., Laila, A., & Siti, R. (2024). STRATEGI POSITIONING “ GEMOY ” PRABOWO MEDIA DIGITAL *Abstrak*. 1(1), 146–154.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharman. (2005). *Psikologi Kognitif*. Srikandi.
- Wahid, U. (2018). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Simbiosis Rekatama Media.
- WULANDARI, Z. L. S. U. (2019). Perception of Fisip Students in the Political Message of Movement #2019Gantipresiden in Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 4(2), 1–14.

Internet

Chaterin Rahel, Asril Sabrina (2023, November 27) Lintas Generasi Serukan Pemilu Jujur, Tolak Anak Muda Diremehkan Lewat Simbol Gemoy. Diperoleh tanggal 10 Mei 2024, dari

<https://nasional.kompas.com/read/2023/11/27/22503621/lintas-generasi-serukan-pemilu-jujur-tolak-anak-muda-diremehkan-lewat-simbol?page=all>.

Sulistya Rahma (2017, Agustus 23) Unas Kritisi Perbedaan Gerakan Mahasiswa Dulu dan Sekarang. Diperoleh tanggal 10 Mei 2024, dari

<https://news.republika.co.id/berita/ov4wkq/unas-kritisi-perbedaan-gerakan-mahasiswa-dulu-dan-sekarang>

Cindy Mutia Annur (2023, November 22) 10 Negara Dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia. Diperoleh tanggal 07 Juni 2024, dari

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>

Dany Saputra (2023, Desember 2) Citra Prabowo Gemoy dan Cerita Kampanye Bongbong Marcos di Filipina. Diperoleh tanggal 22 Juli 2024, dari

<https://kabar24.bisnis.com/read/20231202/15/1720301/citra-prabowo-gemoy-dan-cerita-kampanye-bongbong-marcos-di-filipina>

Cindy Mutia Annur (2024, Maret 1) 10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia. Diperoleh tanggal 25 Juli 2024, dari

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

Mochamad Fajar Nur (2023, Oktober 26) Perubahan Sikap Prabowo di Pilpres 2024, dari Galak Menjadi Humoris. Diperoleh tanggal 26 Juli 2024, dari

<https://tirto.id/perubahan-sikap-prabowo-di-pilpres-2024-dari-galak-jadi-humoris-gRxw>