

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2008). VALIDITAS DAN RELIABILITAS DALAM PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Keperawatan Indonesia, Volume 12, No. 2, Juli 2008; hal 137-141, 137.*
- Ambar. (n.d.). *13 Peralatan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Retrieved from pakarkomunikasi.com: <https://pakarkomunikasi.com/peralatan-teknologi-informasi-dan-komunikasi>
- Ambar. (2017). *Teori Uses and Gratifications*. Retrieved from pakarkomunikasi.com: <https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications>
- Ananda, D. N. (2022). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. <https://www.researchgate.net/publication/360256469>, 5.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013 , 99.*
- Asfihan, A. (2022, Juni 12). *Instagram Adalah : Sejarah, Fungsi dan Keistimewaan Instagram*. Retrieved from adalah.co.id: <https://adalah.co.id/instagram/>
- Ayu, D. R. (2017, Juli -). *Apa yang dimaksud dengan Teori Uses and Gratification dalam Ilmu Komunikasi?* Retrieved from www.dictio.id: <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-uses-and-gratification-dalam-ilmu-komunikasi/4364>

- Azhar, A. A. (2017). *Pencitraan Politik Elektoral: Kajian Politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat*. Yogyakarta: Atap Buku Yogyakarta.
- Baskoro, D. G. (2013). Penulisan Tugas Akhir. *Information Literacy*, 1.
- Bimo. (2022, Agustus 26). *Teori New Media Menurut Para Ahli*. Retrieved from pakarkomunikasi.com: <https://pakarkomunikasi.com/teori-new-media-menurut-para-ahli>
- Brata, H. (2022, Agustus 29). *Kampanye Media Sosial Golkar Mesti Masif dan Sistematis*. Retrieved from beritajatim.com: <https://beritajatim.com/politik-pemerintahan/kampanye-media-sosial-golkar-mesti-masif-dan-sistematis/>
- Budiastuti, D. D., & Agustinus Bandur, P. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN: Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Colicev, A., Malshe2, A., & Pauwels, K. (2018). Social Media and Customer-Based Brand Equity: An Empirical Investigation in Retail Industry. *Adm. Sci.* 2018, 8, 55; doi:10.3390/admsci8030055 , 1-3.
- Creswell, J. W. (2015). *PENELITIAN KUALITATIF & DESAIN RISET: Memilih di antara Lima Pendekatan (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Dora, T. (2022, Agustus 9). *Komunikasi dan Informasi Digital: Gaya Hidup Masyarakat*. Retrieved from digitalbisa.id:

<https://www.digitalbisa.id/artikel/komunikasi-dan-informasi-digital-gaya-hidup-masyarakat-IORku>

Efendi, A. (2022, Agustus 24). *Menggapai Puncak Bonus Demografi*. Retrieved from news.detik.com: <https://news.detik.com/kolom/d-6251110/menggapai-puncak-bonus-demografi>

Fatanti, M. N. (2014). Twitter dan Masa Depan Politik Indonesia: Analisis Perkembangan Komunikasi Politik Lokal Melalui Internet. *IPTEK-KOM, Vol. 16 No. 1, Juni 2014: 17-28 ISSN 1410 - 3346*, 19.

Febriani, N. W., & Iqbal, F. (2015). STRATEGI PENGURANGAN KETIDAKPASTIAN DALAM SISTEM KOMUNIKASI INTERPERSONAL. *Jurnal Komunikasi PROFETIK Vol. 08/No.02/Oktober 2015*, 69.

Indonesia, C. (2022, Oktober 24). *Anies Paling Populer di Medsos Jauh Ungguli Ganjar dan Prabowo*. Retrieved from www.cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20221024154243-192-864669/anies-paling-populer-di-medsos-jauh-ungguli-ganjar-dan-prabowo>

J. R. Raco, M. M. (2010). *METODE PENELITIAN KUALITATIF: JENIS, KARAKTERISTIK, DAN KEUNGGULANNYA*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Karim, R. (2021, Maret 31). *Personal Branding*. Retrieved from deepublishstore.com: [https://deepublishstore.com/personal-branding/#:~:text=Menurut%20Montoya%20\(2006\)%2C%20personal,karinya%20sebagai%20merek%20\(brand\).](https://deepublishstore.com/personal-branding/#:~:text=Menurut%20Montoya%20(2006)%2C%20personal,karinya%20sebagai%20merek%20(brand).)

- kompas.com. (2022, November 24). *Gonjang-ganjing Koalisi Pilpres 2024: Setelah Nasdem-Demokrat-PKS, Kini Gerindra-PKB Memanas*. Retrieved from nasional.kompas.com:
<https://nasional.kompas.com/read/2022/11/24/05400041/gonjang-ganjing-koalisi-pilpres-2024--setelah-nasdem-demokrat-pks-kini>
- M.Tazri. (2019). Politik Hujat dalam Sistem Komunikasi Politik Indonesia (Studi Fenomenologi Cebong-Kampret). *Jurnal Communiverse (CMV) Vol 4 No 2 (2019): Juni e-ISSN 26144956*, 10.
- Mahdi, M. I. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Retrieved from dataindonesia.id:
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Mapikor. (2022, September 13). *Dominasi Pemilih Muda dan Media Sosial Pada Pemilu 2024*. Retrieved from mapikornews.com:
<https://mapikornews.com/opini/dominasi-pemilih-muda-dan-media-sosial-pada-pemilu-2024/>
- Minatajaya, Y. (2013). *Template Tugas Akhir*. Karawaci: UPH.
- Munzir, A. A., Asmawi, & Zetra, A. (2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)* 7 (2) (2019): 173-182, DOI: <http://dx.doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.2691>, 174.

Mustafa, E. (2013). *Media Sosial di Malaysia dan Indonesia: Penggunaannya sebagai Alat Komunikasi, Kolaborasi dan Jaringan Digital. Jld. 15, Bil. 2, 2013: 71–85 / Vol. 15, No. 2, 2013: 71–85, 74-75.*

Nariswari, A. V. (2022, November 24). *soroti-safari-politik-anies-baswedan-pengamat-siapapun-bisa-jika-cuma-ngomong-dan-cerita*. Retrieved from www.suara.com: <https://www.msn.com/id-id/berita/nasional/soroti-safari-politik-anies-baswedan-pengamat-siapapun-bisa-jika-cuma-ngomong-dan-cerita/ar-AA14uE7r?ocid=msedgntp&cvid=a955865dcd274b0aa9fa39c8b905c016>

Nashrullah, N. (2022, Agustus 1). *Simulasi Pasangan Capres Cawapres 2024 Versi Median Siapa Unggul*. Retrieved from www.republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/rfxn0a320/simulasi-pasangan-capres-cawapres-2024-versi-median-siapa-unggul>

Prabandari, A. I. (2020, Oktober 29). *Endorsement adalah Dukungan Terhadap Orang, Produk, atau Layanan, Ketahui Jenisnya*. Retrieved from merdeka.com: <https://www.merdeka.com/jateng/endorsement-adalah-dukungan-terhadap-orang-produk-atau-layanan-ketahui-jenisnya-kln.html>

Pusparisa, Y. (2020, Mei 20). *Usia Produktif Diprediksi Kembali Mendominasi pada Pemilu 2024*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/20/usia-produktif-diprediksi-kembali-mendominasi-pada-pemilu-2024>

Putra, A. H., Ridha, A., & As'ad, A. (2018). CELEBRITY ENDORSER PADA JEJARING SOSIALINSTAGRAM UNTUK MENARIK MINAT PEMBELIAN CALON KONSUMEN. *JURNAL ECONOMIC RESOURCE* · September 2018 DOI: 10.33096/jer.v1i1.61, 88.

Rahman, A. (2022, Desember 9). *Popularitas Tokoh Politik di Indonesia* 3.

Retrieved from pers.droneemprit.id:

<https://pers.droneemprit.id/popularitas-tokoh-politik-di-indonesia-3/>

Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DIKALANGAN PELAJAR DI KABUPATEN BOGOR. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora* Vol. 20, No. 2, Juli 2018: 154 - 161, 157.

Sari, R. R. (2022, November 24). *Sebut Nama Capres seperti Anies Baswedan Tak Bakal Bertahan hingga September 2023, Fahri Hamzah: Omong Kosong Semua*. Retrieved from www.suara.com: <https://www.msn.com/id-id/berita/nasional/sebut-nama-capres-seperti-anies-baswedan-tak-bakal-bertahan-hingga-september-2023-fahri-hamzah-omong-kosong-semua/ar-AA14u8EU?ocid=msedgntp&cvid=a955865dcd274b0aa9fa39c8b905c016>

Siagian, H. F. (2015). Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Bentuk Saluran Komunikasi. *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. II, No. 1, Desember 2015 , 22-23.

suara.com. (2022, September 9). *KUMPULAN BERITA BISNIS KULINER ARTIS*

TERBARU HARI INI. Retrieved from sura.com:

<https://www.suara.com/tag/bisnis-kuliner-artis>

Wahid, D. U. (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Warplast. (2022, Juni 14). *Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia Pada 2022*.

Retrieved from warplast.com: <https://warplast.com/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-pada-2022/>

Weninggalih, L., & Fuady, M. (2021). Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand. *Volume 1, No. 1, Juli 2021, Jurnal Riset Public Relations (JRPR)*, 27-30.

Wilinny, Halim, C., Sutarno, Nugroho, N., & Hutabarat, F. A. (2019). ANALISIS KOMUNIKASI DI PT. ASURANSI BUANA INDEPENDENT MEDAN. *JURNAL ILMIAH SIMANTEK ISSN. 2550-0414 Vol. 3 No. 1 Februari 2019*, 4.