

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Abugaza, Anwar. (2014). *Social Media Politica: Gerak Massa Tanpa Lembaga*. Jakarta: Tali Writing & Publishing Home.
- Anwar Arifin. (2003). *Komunikasi Politik, Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi & Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ardial. (2008). *Komunikasi Politik*. Medan: PT. Indeks.
- Barthes, Roland. (2006). *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika Atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Representasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Basrowi dan Suwandi. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipa.
- Bogdan, Robert C. and Taylors K.B. (1992). *Qualitative Research for Education An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Ally and Bacon Inc.
- Gazali, Effendi. (2007). *Hand Book Mata Kuliah Persuasi dan Manajemen Pencitraan*. Jakarta: MKompol UI.
- Goffman, Erving (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Heryanto, Gun Gun. (2011). *Dinamika Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Lasswell Visitama,
- Heryanto, Gun Gun dan Zarkasy, Irwa. (2012). *Public relations Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia. Cetakan ke-1.
- Junaidi, Ahmad dkk. (2018). *Media dan Komunikasi Politik (Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik)*. Yogyakarta: Mc.Bridge Press.
- Leavy, P. (2017). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. New York, NY: The Guilford Press.
- McNair, Brian. (2011). *Introduction Political Communication*. London: Routledge.
- Moleong, L. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nawawi, H. (1997). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Nimmno, (2010). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Patton, Michael Quinn. (1986). *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills London: Sage Publications.
- Putra, Dedi Kurnia Syah. (2015). *Komunikasi CSR Politik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri
- Sobur, Alex. (2018). *Semiotika Komunikasi*. Cetakan ketujuh. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh & Ardianto Elfinaro. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: ROSDA.
- Stromback J & Kioussis. (2011). *Political Public Relations: Principles and Applications*. New York: Routledge.
- Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. (2012). *Komunikasi Politik Media dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swanson, David L. dan Dan, Nimmo. (1990). *New Directions in Political Communication: A Resource Book*. University Michigan: Sage Publications.

### **Referensi Jurnal**

- Alam, Sukma. (2021). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik*. Avant Garde, Vol. 09 No. 01, Juni 2021, hlm. 68-78.
- Alase, Abayomi. (2017). *The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach*. *International Journal of Education & Literacy Studies*. Vol. 5 No. 2; April 2017.
- Alfiyani, Nur. (2018). *Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik*. *Jurnal Potret Pemikiran* Vol. 22, No. 2.

- Andrian, Adil Dimas, Jandy Edipson Luik, & Judy Djowo W. Tjahjo. (2021). *Motif Masyarakat Indonesia Menggunakan Aplikasi Tik Tok Selama Masa Pandemi Covid19*. Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra Vol. 9 No.1 Tahun 2021, hlm. 1-12.
- Bulele, Yohana Noni dan Toni Wibowo. (2020). *Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial; Studi Kasus TikTok*. Jurnal UIB Volume 1 Nomor 1 Agustus.
- Cervi, L., Tejedor, S. & Marín Lladó, C. (2021): *TikTok and the new language of political communication: the case of Podemos*. *Cultura, Lenguaje y Representación*, Vol. XXVI, 267-287 ISSN 1697-7750. E-ISSN 2340-4981 DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5817>
- Chaffee, Steven H. (1975). *Political Communication: Issues and Strategies for Research*. Sage Annual Reviews of Communication, Volume IV. Beverly Hills, California, Sage Publications, 320 pp [ed].
- Djoko Waluyo. (2019). *Pemahaman dan Praktik Komunikasi Politik Indonesia di Era Digital*. Jurnal Diakom Vol. 2 No. 2, Desember 2019, hal. 167
- Faiza, Lailatul. (2019). *Strategi Komunikasi Politik PKS Pada Pemilihan Umum (Pemilu) Tahun 2019 di Kota Pekanbaru*. Vol. 2, No. 2, Agustus 2019, hal. 140.
- Febriansyah & Nani Nurani Muksin. (2020). *Fenomena Media Sosial: Antara Hoax, Destruksi Demokrasi, dan Ancaman Disintegrasi Bangsa*. *Sebatik*. 24(2), pp. 193-200.
- Graber, D. A., & Smith, J. M. (2005). *Political Communication Faces the 21st Century*. *Journal of Communication*, 55(3), 479-507.
- Greening, Neville. (2019). *Phenomenological Research Methodology*. *Scientific Research Journal (SCIRJ)*, Volume VII, Issue V, May 2019, 88-91.
- Hasan, Kamaruddin. (2009). *Komunikasi Politik dan Pecitraan (Analisis Teoritis Pecitraan Politik di Indonesia)*. ISSN: 1979-0899X Volume 2, No. 4, Desember.
- Hasfi, Nurul. (2019). *Komunikasi Politik di Era Digital*. *Jurnal Ilmu Politik* Vol. 10, No.1.
- Hasiholan, Togi Prima et.all. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia Untuk Pencegahan Corona*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 5 No. 2 Juni.

- Ilyas Lampe. (2010). *Konsep dan Aplikasi Public relations Politik Pada Kontestasi Politik Di Era Demokrasi (Pemilihan Langsung)*. Jurnal Academica Fisip Untad VOL. 2 No. 02 Oktober 2010.
- Iqbal, Mochamad (2021). *Digital Storytelling Marketing Politik di Instagram: Analisis Isi Kualitatif Akun Instagram @Ridwankamil Pada Pilkada Jabar 2018*. DINAMIKA KOMUNIKASI & KEARIFAN LOKAL. Bagian 2. pp. 241-252. ISSN 978-602-52984-2-4
- Ishihara, Yemikaori Yumna Ulya dan Roswita Oktavianti. (2021). *Personal Branding Influencer di Media Sosial Tik Tok*. Jurnal Koneksi Vol. 5, No. 1, Maret 2021, Hal 76-82.
- Johnson, Katryna. (2017). *The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand*. Jurnal International Metropolitan State University.
- Kaid, Lynda. (2004). Handbook of political communication research. Mohamed, Shafizan. (2019). *Instagram and Political Storytelling among Malaysian Politicians during the 14th General Election*. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication. 35.353-371.10.17576/JKMJC-2019-3503-21.
- Liebhart, Karin & Bernhardt, Petra. (2017). *Political Storytelling on Instagram: Key Aspects of Alexander Van der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign*. Social Science Open Access Repository. Media And Communications p.15-25.
- Muchtar, Khoiruddin. (2012). *Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai*. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 14 No. 2, Agustus 2012, hal. 105.
- Munzir, Atika Aisyarahmi dkk. (2019). *Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia*. Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, Vol. 7, No. 2, Desember 2019, hal. 173
- Mustaffa, Rifki Zamzam. (2020). *TikTok Sebagai Konstruksi Identitas Pada Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia*. Jurnal Narrasi Vol. I No 2, September.
- Novian Ananta Putra & Ema Octoviani Raharjo. (2020). *Peran Tim Humas: Studi Kasus Pengelolaan Citra Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo di Era Digital*. Jurnal Pekommas, Vol. 5 No. 2, Oktober 2020:169-184.
- Nugrahani, Farida. (2006). *Pembelajaran Sastra yang Apresiatif dalam Perspektif Kurikulum Berbasis Kompetensi (Studi Evaluasi di SMA Surakarta Program Internasional)*. Jurnal Varidika Kajian Penelitian Pendidikan. Vol.18. No 1 Juni 2006 (Terakreditasi). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Pratiwi, Mutia Rahmi, Kheyene Molekandella Boer, et.al. (2021). *The Identification of Persuasive Educational Message About COVID-19 Issue in New Media*. Jurnal Komunikasi Mediator Vol 14 (1), Juni 2021, hlm. 1-15.
- Putri, Ni Luh Wiwik Eka dan Widya Duta. (2019). *Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi TikTok*. Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya Vol. 14, No.1.
- Reitz, A. (2012). *Social Media S Function In Organizations: A Functional Analysis Approach*. Global Media Journal, 5(2), 41-56.
- Rohmah, Siti. (2020). *Dinamika Komunikasi Politik dalam Pemilu Menjelang (Pilpres) Tahun 2019*. JPPHK: Jurnal Pendidikan Politik, Hukum, dan Kewarganegaraan, Vol. 10 No.1, Maret 2020.
- Ryfe, David Michael. (2001). *History and Political Communication: An Introduction*. Political Communication. 18: 407-420. DOI: 10.1080/10584600152647119
- Rusmulyadi, Hafiar Hanny. (2018). *Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial*. Jurnal Profesi Humas, Volume 3, No. 1, hlm. 120-140.
- Rusnali, A. Nur Aisyah. (2021). *Penggunaan User Generated Content (UGC) TIK TOK dalam Dunia Kesehatan*. AL-DIN: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan Vol. 7 No. 2, hlm. 49-56.
- Ruth, Debra dan Diah Ayu Candaraningrum. (2020). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru TikTok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram*. Jurnal Koneksi Vol. 4, No. 2, Oktober 2020.
- Salman, Ali & Yusoff, Mohammad Agus & Mohamad Salleh, Mohd Azul & Abdullah, Mohd Yusof. (2018). *Political Engagement on Social Media as Antecedent for Political Support among Voters in Malaysia*. Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication. 34. 152-165. 10.17576/JKMJC-2018-3402-10.
- Sembada, Windhiadi Yoga dan Sadjjo, Priyono. (2020). *Strategi Pesan Aktor Politik dalam Media Sosial (Studi Kasus Akun Wali Kota Tangerang Selatan Banten)*. Jurnal Komunikasi, Masyarakat, dan Keamanan Vol. 2 No. 1.
- Strömbäck, J & Kioussis, S. (2013). *Political Public relations: Old Practice, New Theory-Building*. Public relations Journal, 7 (4), 2-6.
- Sujoko, Anang. (2019). *Komunikasi Politik Gerakan #2019GantiPresiden*. Jurnal Ilmu Komunikasi Islam Vol. 09 No. 1.

Susilowati (2018). *Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe)*. Jurnal Komunikasi, 9 (2), 176-185.

Tabroni, Roni. (2020). *Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, Nomor 2, Agustus 2020, hal. 105.

### Referensi Lainnya

Jalli, Nurianti. (2022). *TikTok adalah Alat Baru Politikus untuk Memenangkan Pemilu di Asia Tenggara*. The Conversation. <https://theconversation.com/tiktok-adalah-alat-baru-politikus-untuk-memenangkan-pemilu-di-asia-tenggara-179952>

Hunt, K. J. (2015). *Political storytelling and the land of make-believe*. Huffington Post. [http://www.huffingtonpost.co.uk/kevin-j-hunt/political-storytelling\\_b\\_6895174.html](http://www.huffingtonpost.co.uk/kevin-j-hunt/political-storytelling_b_6895174.html)

<https://www.liputan6.com/tekno/read/4155907/nyaris-salip-whatsapp-TikTok-jadi-aplikasi-terpopuler-kedua-di-dunia> diakses tanggal 7 Februari 2022 pukul 21.53WIB

Profile akun Tik Tok @ganjarpranowofc melalui halaman <https://www.TikTok.com/@ganjarpranowofc> diakses tanggal 6 Agustus 2022 pukul 10.00 WIB

Kepios. TikTok Statistics and Trends: Page Update 12 May 2022. Diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.

Kompas. *Saling Salip Elektabilitas Ganjar, Prabowo, dan Anies Menuju Pilpres 2024*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/07/15/17355371/saling-salip-elektabilitas-ganjar-prabowo-dan-anies-menuju-pilpres-2024?page=all#page2>