

Daftar Pustaka

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>
- Bahtiar, S., & Rifaid, R. (2020). Efektifitas Pemasaran Politik (Pull Marketing) Terhadap Kemenangan Abm-Eppy Pada Pemilihan Gubernur Sulawesi Barat Tahun 2017. *JIIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 8(2), 303. <https://doi.org/10.31764/jiap.v8i2.2664>
- Baihaqi, A., Muksin, N. N., Harmonis, F., Setiawan, A., & Karmila, L. (2022). STRATEGI MARKETING POLITIK BOBBY NASUTION DAN AULIA RACHMAN DI MEDIA SOSIAL PADA PILKADA KOTA MEDAN 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(1), 1–14.
- Batusangkar, I., Batusangkar, I., & Batusangkar, I. (2020). *Marketing Politik Dalam Pilkada Serentak Tahun 2020 (Studi Pemenangan Eka-Richi Bupati dan Wakil Bupati Terpilih 2020 – 2024 Kabupaten Tanah Datar) Political Marketing in Simultaneous Local Elections in 2020 (Study of Eka- Richi Elected Regent and Deput.* 1(1), 38–46.
- Berndt, R. (1992). *Die Marketing-Politik*. https://doi.org/10.1007/978-3-642-97392-5_4
- Butar Butar, C. R., & Fithrah Ali, D. S. (2018). Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 2(2), 86. <https://doi.org/10.24198/prh.v2i2.12029>
- Firmanzah, P. D. (2012). *Marketing politik: antara pemahaman dan realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Glucksman, M. (2017). The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding : A Case Study of Lucie Fink I. Introduction II . Literature Review. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 8(2), 77–87.
- Handika, R., & Azmi, A. (2020). Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial (Strategi Pemenangan Manufer Putra Firdaus Dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang Tahun 2019). *Journal of Civic Education*, 3(1), 61–73.
- Hasan, E. (2020). Strategi Marketing Politik Azhar Abdurrahman. *Journal of Political Sphere (JPS)*, 1(1), 40–60.
- Hendra, R. (2020). Strategi Personal Branding Perupa Melalui Media Sosial. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(2), 67–76. <https://doi.org/10.24821/jtks.v6i2.4689>
- Heywood, A. (2014). *Global politics*. Bloomsbury Publishing.
- Indra, D., & Wahid, U. (2021). Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 228–239.
- Iqbal, M. (2018). *Dinamika Komunikasi dan Kearifan Lokal (Bagian 2)*. 217–240.
- Kango, A. (2014). Marketing Politik dalam Komunikasi Politik. *Marketing Politik Dalam Komunikasi Politik*, 11(1), 52–65. <http://journal.iaingorontalo.ac.id/indek.php/fa>
- Kartika, Y., Suminar, P., & Adhrianti, L. (2021). Political Marketing Pemilihan Kepala Daerah Bengkulu Utara Tahun 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 10(1), 85–96.
- Mondry, & R. S. (2016). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik (2nd ed.)*. : Ghalia Indonesia.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The brand called you*. McGraw-Hill New York, NY.
- Nurfitriani, N., Hamrun, H., & Taufik, A. (2017). Pemasaran Politik Bupati Bima Terpilih pada Pilkada Kabupaten Bima Tahun 2015. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 5(2), 71–78.
- Pito, T. A., IP, S., Efriza, S., Fasyah, K., & IP, S. (2022). *Mengenal teori-teori politik: dari sistem politik sampai korupsi*. Nuansa Cendekia.

- Priyanti Tri Endah, Suryani Ani Wilujeng, Fachruninisa Rifka, Supriyanto Achmad, Z. I. (2020). *Pemanfaatan NVivo dalam Penelitian Kualitatif*.
- Raharjo, F. S. (2019). *The master book of personal branding: Seni membangun merek diri dengan teknik berbicara*. Anak Hebat Indonesia.
- Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *Jurnal BAPPEDA*, 4(1), 19–25.
- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, 4(1).
- Sutoyo, M. D. (2020). *Penerapan Personal Branding Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Selebgram Beauty Yogyakarta di Media Sosial Instagram*. 1–121. <http://e-journal.uajy.ac.id/23533/>
- Temporal, P. (2011). *Advanced brand management: Managing brands in a changing world*. John Wiley & Sons.
- Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2017). Analisis Personal Branding Di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an D'anthes Di Instagram). *Jurnal inovasi*, 11(1), 1–16. <http://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/649/345>
- Yunitasari, C., & Japariato, E. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–8.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>
- Zunaria, Y., & Ruliana, P. (2022). Model Orientasi Pemasaran Politik sebagai Strategi Komunikasi Pemenangan Pemilu Legislatif. *Warta ISKI*, 5(1), 81–91. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v5i1.155>