

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2019). *Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Ahmad, R. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81-95.
- Audinovic, V. (2013). *Partai Demokrat*. Retrieved April 5, 2022, from <http://merdeka.com>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Barlian, E. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Dedi, A. (2019). Analisis Sistem Pemilihan Umum Serentak. *Jurnal MODERAT*, 5(3), 213-226.
- Dewi, K. A., Pascarani, N. N., & Gelgel, N. M. (2018). Strategi Branding Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Nasdem Bali Dalam Membangun Brand Identity. *E-Jurnal Medium*, 1(2), 12.
- Dhara, K., Brigitta, L., Hutomo, K., & Arzella, N. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI PT 2017. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 193-207.
- Dkincai, R. (2019). *Dra. Donna Terpilih Lagi Jadi Anggota DPRD Kab. Tanah Datar*. Retrieved PT 13, 2021, from <http://portalberitaeditor.com>
- Faricha. (2015). *Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif*. Retrieved Mei 25, 2021, from <http://kompasiana.com>
- Gischa, S. (2020). *Pemilu: Pengertian, Alasan, Fungsi, Asas dan Tujuan*. Retrieved Desember 30, 2021, from <http://kompas.com>
- Humairaturzahrah, N. (2018). Partisipasi Politik Perempuan Dalam Perkembangan Demokrasi. *ADALAH: Buletin Hukum & Keadilan*, 2 (1), 7-8.
- Indrawan, R. M. (2017). Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat. *Wacana*, 16(2), 171-179.

- Kamal, A. M., Darmawan, W. B., & Agustino, L. (2021). Strategi Komunikasi Politik PKS Jawa Barat Dalam Meningkatkan Perolehan Suara pada Pemilu 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 1184-1192.
- Karim, R. (2021). *Personal Branding: Pentingnya Membangun Citra Diri Untuk Karir yang Lebih Baik*. Retrieved April 18, 2022, from <http://penerbitbukudeepublish.com>
- Karnoto. (2019). *Branding Corporate, Branding Politik*. Retrieved Februari 27, 2021, from <http://kompasiana.com>
- Khoerrunnisa, D. A. (2019). Personal Branding Politisi Generasi Millenials (Studi Deskriptif: Personal Branding Faldo Maldini Sebagai Politisi Generasi Millenials). *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 10(2).AS
- Ma'rifatun, & Aminulloh, A. (2019). Strategi Personal Branding Sutiaji dan Sofyan Edy Jarwoko dalam Pilkada Kota Malang 2018. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 1-10.
- Muchtar, K. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136-147.
- Mudiyati, R. (2016). Affirmative Action dan Penguatan Partisipasi Politik Kaum Perempuan Di PT. *Jurnal Wacana Politik*, 1(2), 90-95.
- Mudiyati, R. (2016). Affirmative Action dan Penguatan Partisipasi Politik Kaum Perempuan Di PT. *Jurnal Wacana Politik*, 1(2), 90-95.
- Mushlihin. (2012). *Pengertian Unit Analisis dalam Penelitian*. Retrieved Mei 25, 2021, from <http://referensimakalah.com>
- Natalina, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Wacana*, 8(2), 177-181.
- Nugrahani, F. (2014). *Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Retrieved Mei 28, 2021, from <http://penerbitdeepublish.com>
- Nurjuman, H., Priana, R. Y., Fajri, M. D., & Anshori, Y. T. (2022). Personal Branding Da'i Muhammadiyah: Studi Komparatif Pada Ustadz Alfian Tanjung dan Ustadz Muhammad Ziyad. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 184-193.

- Prabawangi, R. P. (2017). Pengaruh Penampilan Kandidat Terhadap Evaluasi Kandidat Oleh Pemilih (Studi Eksperimental Penggunaan Jilbab oleh Caleg Perempuan). *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Kewarganegaraan*, 2(1), 54-63.
- Riadi, M. (2019). *Membangun Personal Branding*. Retrieved Mei 20, 2022, from <http://kajianpustaka.com>
- Salma. (2022). *Purposive Sampling: Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contoh yang Baik dan Benar*. Retrieved Desember 10, 2021, from <http://penerbitdeepublish.com>
- Sastrawati, N. (2017). Personal Branding Dan Kekuasaan Politik Di Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Al-Daulah*, 6(2), 276-287.
- Sendari, A. A. (2021). *Konsisten adalah Ketetapan Bertindak, Ketahui Manfaat dan Cara Membangunnya*. Retrieved Juni 12, 2022, from <http://hot.liputan6.com>
- Setiadi, I. G. (2019). Jargon Capres-Cawapres Fiktif: Nurhadi-Aldo Dalam Wacana Pra-Pemilu Di Indonesia Tahun 2019. *Kulturistik: Jurnal Bahasa & Budaya*, 3(2), 91-99.
- Setyaningrum, P. (2022). *Sejarah Pemilu di Indonesia dari Tahun 1995 hingga 2019*. Retrieved April 14, 2022, from <http://regional.kompas.com>
- Sitanggang, H. B. (2016). Strategi Marketing Hary Tanoesoedibjo Dalam Usaha Membangun Personal Branding Politik. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 20(1), 49-62.
- Subiyanto, A. E. (2020). Pemilihan Umum Serentak yang Berintegritas sebagai Pembaruan Demokrasi PT. *Jurnal Konstitusi*, 17(2), 356-371.
- Sumaryono, Ernungtyas, N. F., & Prisanto, G. F. (2021). Strategi Personal Branding Dalam Pemenangan Pemilu Legislatif (Studi Kasus Ir. Ridwan Bae Di Sulawesi Tenggara). *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 5(1), 64-82.
- Susanto, E. H. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163-172.
- Suyatno. (2018). *Menanti Munculnya Caleg Mumpuni*. Retrieved April 25, 2022, from <http://mediaindonesia.com>
- Trisnanto, R. W., Sukasah, T., & Yenny. (2020). Personal Branding Politik Thoriqul Haq Melalui Facebook. *Communication*, 11(1), 69-80.

Yin, R. K. (2012). *Studi Kasus, Desain dan Metode*. PT: PT Raja Grafindo Persada.

Yunitasari, C., & Japariato, E. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1-18.

