

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Cangara, Hafied. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014.
- Sayuti, Solatun Dulah. *Komunikasi Pemasaran Politik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Subiakto, Henry & Ida, Rachmah. *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Edisi 2. Jakarta: Kencana Prenadamedia group. 2014.
- Hikmat, Mahi M. *Komunikasi Politik: Teori dan Praktik*. Cetakan ke 2. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. *Teori-Teori Komunikasi: Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Ardianto, Elvinaro, Komala Lukiati dan karlinah, Sitti. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung: Refika Offset, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 20. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Cetakan ke 7. Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2014.
- Bajari, Atwar. *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren dan Etika*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.
- Berger, Charles R, Rolof, Michael E dan Roskos-Ewoldsen, David R. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Cetakan III. Bandung: Nusa Media, 2015.
- Kaid, Lynda Lee. *Handbook Penelitian Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media, 2015.
- Montoya, Peter & Vandehey, Tim. *The Brand Called You*. New York: Mc Graw Hill, 2009.
- Haroen, Dewi. *Personal Branding: Kunci kesuksesan berkiprah di dunia politik*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2014.
- Rampersad, Hubert K. *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. Jakarta: Penerbit PPM, 2008.
- Hoesein, Zainal Arifin & Yasin, Rahman. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung: Penguatan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: LP2AB, 2015.
- Undang-Undang RI Nomor 8 & 9 tentang Pilkada & Pemerintah Daerah*. Jakarta: CV. Tamita Utama.
- Heryanto, Gun Gun & Rumar, Shulhan. *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.

- Morissan, Wardhani, Andy Corry dan Hamid U, Farid. *Teori Komunikasi Massa*. Cetakan ke 2. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Mulyana, Deddy & Solatun. *Metode Penelitian Komunika: contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*. Cetakan ke 3. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Denzin, Norman K dan Lincoln, Yvonna S. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- McNair, Brian. *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Penerbit Nusa Media, 2015
- McKee, Steve. *Power Branding. Leveraging the success of the world's best brands*. United States of America: Palgrave Macmillan, 2014.
- O'Brien, Timothy. 2003: The Power of Personal Brand. California Real Estate Journal.
- Omojola, Oladokun. 2008; Audience Mindset and Influence on Personal Political Branding. *J. Soc. Sci*, 16 (2): 127-134.
- Wulan, Bitasrining, Suryadi dan Prasetyo, Bambang Dwi. 2014: Student Perception towards Personal Branding of Political Leaders on Twitter Ahead of Presidential Election 2014. Universitas Brawijaya.
- Septriadi, Dicky. 2012: Analisis Proses Pembentukan Personal Branding melalui Social Media (studi kasus proses pembentukan Personal Brand Cheppy Hakim dan Yunarto Wijaya melalui Twitter). Tesis. Universitas Indonesia.

