

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Akbar, P.S., Usman, H. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azwar S. (2016). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bagian Bina Partisipasi Masyarakat Biro Teknis dan Hupmas. (2015). *Buku Pedoman Pendidikan Pemilih*. Jakarta: Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- LittleJohn, Stephen W., dan Karen A Foss. (2011). *Teori komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2016). *Statistik Sosial Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Nurgiyantoro, Burhan., Gunawan, & Marzuki. (2017). *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu Sosial (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data 114 Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava media.
- Rakhmat, Jalaluddin, Idi Subandy Ibrahim. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi Edisi Revisi Kedua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rampersad, H. K. (2008). *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM.

Riduwan. (2012). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian (Untuk Mahasiswa S-1, S-2 dan S-3)*. Bandung: Alfabeta.

Riduwan. (2010). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Penerbit Alfabata.

Sangadji, Etta Mamang., S. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Adi.

Soelaiman, Aditya. (2023). *Pengenalan Branding: Dasar-dasar Membangun Brand yang Kuat*. Surabaya: CV Garuda Mas Sejahtera.

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode penelitian komunikasi dengan pendekatan kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

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

Wasesa, Silih Agung. (2011). *Political Branding & Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal:

Alfaruqy, M. Z. (2019). Perilaku Politik Generasi Milenial: Sebuah Studi Perilaku Memilih (Voting Behavior): Political Behavior of the Millennial Generation: A Voting Behavior Study. *Jurnal Psikologi Jambi*, 4(1), 10-15.
<https://doi.org/10.22437/jpj.v4i1.8780>

Alhadi, H. A., & Usiono Usiono. (2025). Dampak Media Sosial Terhadap Produktivitas Gen Z. *Merdeka: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 49-54. <https://doi.org/10.62017/merdeka.v2i3.3672>

Boeky, K. S. P. (2024). Capres 'Gemoy': a Personal Branding Analysis on Prabowo Subianto for the 2024 Presidential Election. *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 5(1), 50-65.
<https://doi.org/10.46961/mediasi.v5i1.1019>

Budiono, B. B., & Pradekso, T. (2019). Hubungan Antara Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Online Dan Kelompok Rujukan Offline Dengan Keputusan Pembelian Kamera Sony A7ii. *Interaksi Online*, 7(3), 102-110.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24035>

- Cahyono, A. D., & Hidayat-Sardini, N. (2021). Pengaruh Popularitas Calon Presiden dan Wakil Presiden Terhadap Kehadiran dan Preferensi Memilih dalam Pemilihan Umum tahun 2019 di Kecamatan Magelang Utara, Kota Magelang. *Journal of Politic and Government Studies*, 10(3), 328-343. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/31398>
- Dito, D. A. N., Okki, O. P., & Haikal, H. (2024). Pengaruh Personal Branding Gemoy Terhadap Keputusan Pemilihan Gen Z. *Jurnal Media Penyiaran*, 4(1), 25-31. <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jmp/article/view/4653/1696>
- Fathurokhman, B. (2022). Partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilihan umum (Pemilu). *Journal of Research and Development on Public Policy*, 1(1), 51-59. <https://doi.org/10.58684/jarvic.v1i1.68>
- 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>
- Hidayat, M. F., Luthfie, M., & Fitriah, M. (2024). Personal Branding Alfiansyah Komeng Dalam Kampanye Pemilu Serentak 2024. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 19(2), 176 - 189. <https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i2.409>
- Isrofillah, F. (2024). Strategi Token Politik Capres Prabowo Subianto Dalam Julukan Gemoy Sebagai Pengaruh The Americanization Di Indonesia: Strategi Token Politik Capres Prabowo Subianto Dalam Julukan Gemoy Sebagai Pengaruh The Americanization Di Indonesia. *Kaganga Komunika: Journal of Communication Science*, 6(1), 77-88. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v6i1.3876>
- Jovanica, C., Rahmintaningrum, D. D., Nuradni, H. A., & Salsabila, A. (2022). Analisis Pengaruh Aktor pada Tagar# rocketchina di Media Sosial Twitter Menggunakan Social Network Analysis (SNA). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(1), 43-56. <http://dx.doi.org/10.30659/jikm.v10i1.15644>
- Maulana, I., & Prasetya, R. (2019). Pengaruh Personal Branding Untuk Meningkatkan Partisipasi Generasi Milenial Pada Pelaksanaan Pemilu 2019. *Conference On Communication and News Media Studies* (Vol.1, pp. 1-1 <https://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1075>

- Meliala, W. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilih dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Penerapan Strategi Bertahan dan Menyerang Untuk Memenangkan Persaingan. *Jurnal Citizen Education*, 2(2), 12-24.
- Naldi, A. A. (2024). Partisipasi Politik Masyarakat di Kota Padang Pada Pemilu Legislatif 2024. *MADANIA Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan Islam*, 14(1), 22-29.
<https://journals.fasya.uinib.org/index.php/madania/article/view/569/325>
- Novita, N. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Memilih Pemilih Pemula Kota Padang Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Padang. *Jurnal Demokrasi Dan Politik Lokal*, 1(2), 128-137.
<https://doi.org/10.25077/jdpl.1.2.128-137.2019>
- Palupi, G. A., & Tutiasri, R. P. (2023). Pemilih Pemula dan Personal Branding Bakal Calon Presiden 2024 di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Ganjar Pranowo). *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 8646-8653. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3826120>
- Purba, E. P., Ramdani, N., Jasmin, W. V., & Yunita, S. (2023). Pengkajian Ulang Fondasi Pendidikan Politik Untuk Pemilih Pemula Melalui Pendidikan Kewarganegaraan. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 1400-1406. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v6i4.20679>
- Ramadini, F. D. (2022). Strategi Personal Branding Male Beauty Influencer@Yudhistirawr di Instagram. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 171-183. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1336>
- Ramadoni, M. A., & Razzaq, A. (2022). Pengaruh Milenial Branding Erick Thohir Terhadap Perilaku Pemilih di Pilpres 2019. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(2), 214-235.
<https://doi.org/10.30762/mediakita.v6i2.466>
- Shafira, H. N., Pradekso, T., & Gono, J. N. S. (2024). Pengaruh Valensi Informasi Dan Bobot Informasi Pada Berita Survei Elektabilitas Capres Terhadap Kecenderungan Memilih Ganjar Pranowo Sebagai Presiden Ri 2024. *Interaksi Online*, 12(3), 117-128.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/44663>

- Sihabudin, M. M. R., Laila, H. N. A., Kharis, K., & Fatimah, R. S. (2023). Strategi Positioning “Gemoy” Prabowo Subianto melalui Media Digital. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 146-154. <https://doi.org/10.62180/dt1m2889>
- Sukma, F., Cangara, H., & Saifulloh, M. (2024). Kampanye Politik Sebagai Politik Pemasaran: Tinjauan Atas Pemilihan Umum Calon Presiden Indonesia Tahun 2019. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 23(1), 366-376. <https://doi.org/10.47467/mk.v23i1.4329>
- Sulastri, A. N., & Khoirotunnisa, P. (2023). Personal Branding Anies Baswedan dalam Membangun Citra pada Pilpres 2024 di Instagram. *JPW (Jurnal Politik Walisongo)*, 5(1), 73-84. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JPW/article/view/16743>
- Susetyawidianta, R. D., & Geraldy, G. (2024). Political branding Prabowo-Gibran dalam pemilu presiden 2024: Analisa interaksionisme simbolik di media sosial Instagram dan Twitter. *Sintesa*, 3(01), 114-139. <https://doi.org/10.30996/sintesa.v3i01.10251>
- Susilawaty, Tambawang, L., Sawir, M., & Pongtuluran, R. (2024). Melihat ke Belakang: Panggung Gemoy dan Dinamika Politik Masa Kini. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 4(3), 182-192. <https://dinastirev.org/JIHHP/article/view/1886>
- Syafni, E., Saputra, A. W., & Markoni, A. (2022). Pemilu: Karakter Dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula. *Ensiklopedia Social Review*, 4(1), 60-64. <https://doi.org/10.33559/esr.v4i1.1599>
- Violin, S. A., Hussain, M. A., Maharani, D. G. H., Putri, S. T. S., DJ, S. T. A., Al Farizi, M. G., ... & Dewi, R. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Dalam Pilpres 2024 pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman Angkatan 2023. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(1), 25-36. <https://doi.org/10.24036/scs.v11i1.595>

Skripsi:

Nina, Novita. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Memilih Pemilih Pemula Kota Padang Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Padang Tahun 2018*. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Andalas.

Sarah, K. C. (2022). *Hubungan Kualitas Informasi Dengan Sikap Pengguna Pada Instagram Pemprov Sumbar Di Masa Covid-19*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas.

Website/Internet:

Astreawan, I. G. S. (2022). “Peran Pemilih Pemula Dalam Pemilu 2024” tersedia di <https://www.kpu.go.id/berita/baca/10700/peran-pemilih-pemula-dalam-pemilu-2024> diakses pada [22 Juni 2024]

Aulia, D. D. (2023). “Gen Z Komentari Penampilan Prabowo di UGM, Warganet: Gemas Suaramu Pak” tersedia di <https://news.detik.com/pemilu/d-6941432/gen-z-komentari-penampilan-prabowo-di-ugm-warganet-gemas-suaramu-pak> diakses pada [24 Februari 2024]

Briantika, A. (2023). “Citra 'Gemoy' Prabowo, Bongbong Marcos & Politik Amnesia” tersedia di <https://tirto.id/citra-gemoy-prabowo-bongbong-marcos-politik-amnesia-gSf8> diakses pada [15 Februari 2024]

Ibnu, F. (2023). “Viewers Video Prabowo Tertinggi di Mata Najwa UGM” tersedia di <https://www.rri.co.id/daerah/370284/viewers-video-prabowo-tertinggi-di-mata-najwa-ugm> diakses pada [1 Maret 2024]

Irwinsyah, F. (2023). “Hasto soal Prabowo 'Gemoy': Kami Tampilkan Karakter Pemimpin Bukan Gimik Politik” tersedia di <https://kumparan.com/kumparannews/hasto-soal-prabowo-gemoy-kami-tampilkan-karakter-pemimpin-bukan-gimik-politik-21d2E8wDpNr> diakses pada [17 Maret 2024]

Kuswandi. (2023). “Branding Gemoy Kuat ke Prabowo, Pengamat : Kaum Milenial dan Gen Z Kagum Kepemimpinan Prabowo” tersedia di <https://pantura.suaramerdeka.com/nasional/0611005055/branding-gemoy-kuat-ke-prabowo-pengamat-kaum-milenial-dan-gen-z-kagum-kepemimpinan-prabowo> diakses pada [16 Februari 2024]

- Purwoko, Danang. (2024). “Dari Slogan Menjadi Gerakan: Mengapa Make America Great Again Mengubah Politik Amerika” tersedia di <https://bellarminodanang.com/2024/11/07/dari-slogan-menjadi-gerakan-mengapa-make-america-great-again-mengubah-politik-amerika/> diakses pada [11 Februari 2025]
- Romadoni, A., Fahmi, F., & Subagja, I. (2023). “Penyebab Elektabilitas Prabowo-Gibran Naik di Tengah Isu Dinasti: Gemoy-Jenaka” tersedia di <https://kumparan.com/kumparannews/penyebab-elektabilitas-prabowo-gibran-naik-di-tengah-isu-dinasti-gemoy-jenaka-21cCK7toslw> diakses pada [20 Januari 2024]
- Santoso, B. (2023). “Muncul Julukan 'Gemoy' Untuk Prabowo, Begini Analisa Denny JA Dan Efek Elektoralnya” tersedia di <https://www.suara.com/kotaksuara/2023/11/17/093238/muncul-julukan-gemoy-untuk-prabowo-begini-analisa-denny-ja-dan-efek-elektoralnya> diakses pada [1 Maret 2024].

