

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alifahmi, H. (2024). *Corporate Reputation Framing: Strategi Komunikasi Korporat Dan Transformasi Reputasi Edisi Revisi*. Deepublish.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Arifin, Anwar. (2014). *Politik Pencitraan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ariga, M. A., Devi, A. N. M., A'yun, B. A. Q., & Aini, S. N. (2024). 3P Strategy in Verral Bramasta's Political Marketing in the 2024 Legislative Election: Instagram Social Media Content Analysis. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 12(2), 274-304.
- Arrianie, L., & Si, M. (2023). *Komunikasi Politik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial*. Diva Press.
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Indonesia: Granit.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Jaswita, L. (2024). *Pemaknaan Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah dalam Pola Kepemimpinan Masyarakat Nagari Minangkabau: Studi Nagari Tabek Patah Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat. Doctoral Dissertation*. Universitas Malikussaleh.
- Kaid, L. L. (2018). *Handbook Penelitian Komunikasi Politik*. Nusamedia.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenada Media Group
- Mukarom, Z. (2016). *Komunikasi Politik*. Bandung: Pustaka Setia.

Miles & Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods SourceBook. 3 rd Edition. California: SAGE Publications.*

Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., ... & Riana, N. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini.* PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Nursal Adman. 2004. *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Persily, N., & Tucker, J. A. (Eds.). (2023). *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform.* Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/9781009026054>

Putranto, A. (2024). *Komunikasi Politik.* Cendikia Mulia Mandiri.

Putra, F. S. D., Abdurohim, D., Hartati, A., Aman, A. P. O., Hanika, I. M., Yusanto, Y., & Nugroho, H. (2022). *Marketing Politik (Teori dan Konsep).* Penerbit Widina.

Rizkia, N. D., Basri, H., Dewi, N. P. S., Asmaret, D., Fardiansyah, H., Hanika, I. M., ... & Ramadhani, M. M. (2022). *Marketing Politik.* Penerbit Widina.

Saputra, R. A. V. W., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2024). *Retorika: Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital.* wawasan Ilmu.

Scammell, Margaret. (2014). *Consumer Democracy: The Marketing of Politics.* Cambridge University Press.

Sutisna, I. N., & SH, M. (2024). *Digital Marketing For Politics: Pemasaran Politik Era Digital.* Penerbit Adab.

Suyatno, A., anjasari, D, P. (2023). *Manajemen Komunikasi Politik & Marketing Politik* (cetakan 2013). Yogyakarta: Pustakazbaru Press.

Syahputra, D. K. (2019). *Komunikasi CSR Politik Membangun Reputasi, Etika dan Estetika PR Politik.* Jakarta: PT. Kencana.

Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Penerbit Rajawali Pers.

Jurnal:

Abda, Y. (2024). Strategi Komunikasi Politik Ideal bagi Calon Walikota Dalam Pilkada Aceh 2024. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(2), 128-143.

- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 9(1), 67.
- Aminulloh, A., & Fianto, L. (2023). Wacana dan Citra Politik Kandidat Presiden 2024 di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 12(3), 425-436.
- Ariga, M., Devi, A., Aini, S., & A'Yun, B. (2024). Strategi 3P dalam Pemasaran Politik Verrel Bramasta di Pemilu Legislatif 2024: Analisis Konten Media Sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 12(2), 274–304. <https://doi.org/10.46806/jkb.v12i2.1229>
- Aryadillah, A., & Fitriansyah, F. (2022). Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 87-92.
- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori *Agenda Setting*: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131-142.
- Aydil, M., & Zuhri, A. (2023). Political *Marketing*: Strategi PAN pada Pemilu 2024 dalam Menyukkseskan Agenda Politik Melalui Pembuatan Jingle. *Jurnal Sains Riset*, 13(3), 870-881
- 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.
- Cahyani, N. K. M., Apriani, K. D., & Pramana, G. I. (2024). Strategi Pemenangan Politik Tamba-Ipat dalam Pilkada Kabupaten Jembrana Tahun 2020. *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 16(1), 44-51.
- Chabibi, M. (2020). Polemik *Marketing* Politik antara Image dan Substansi. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 5(1), 1-23.
- Darya, K., & Puspitasari, SA (2017). Reputasi KAP, Audit Tenure, Ukuran Perusahaan Klien dan Kualitas Audit (Studi pada Perusahaan LQ 45 Indonesia). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* , 13 (2), 97–109. <https://doi.org/10.35384/jkp.v13i2.49>
- Sjoraida, D. F., Dewi, R., Adi, A. N., & Dipa, A. K. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Reputasi Anggota Legislatif di Jawa Barat. *PROfesi Humas*, 6(1), 89-110.

- Efendi, E. ., Taufiqurrohman, A. ., Supriadi, T. ., & Kuswananda, E. . (2023). Teori Agenda Pengaturan. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 7 (1), 1715–1718.
- Fransiska, F., & Bintang Nurijadi. (2025). Strategi Komunikasi PT. Mustika Ratu dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* , 4 (1), 68–77. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i1.3481>
- Hoesein, Z. A. (2010). Pemilu Kepala Daerah dalam Transisi Demokrasi. *Jurnal Konstitusi*, 7(6), 001-024.
- Indra, D., Wahid, U., & Magister, P. (2021). Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 228-239.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (*new media*) dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1-17.
- Jonathan, A., Claudy, M., & Tri, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Istilah Gemoy Terhadap Citra Politik Calon Presiden dalam Pemilu 2024. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(6), 83-89.
- Kuada, C. M., & Tulung, T. (2023). Peran Media Sosial sebagai Sarana *Marketing* Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi Utara. *Sam Ratulangi Politics Review (SRPolRev)*, 1(1).
- Kango, A. (2014). *Marketing* Politik dalam Komunikasi Politik. *Farabi*, 11(1), 52-65.
- Laily, I. M., Astutik, A. P., & Haryanto, B. (2022). Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 160-174.
- Latuperissa, A. A. A. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 9-17.
- Mubarrod, R., & Syarwi, P. (2024). *Marketing* politik jelang Pemilu 2024" Desak Anies", " Prabowo Gemoy", dan " Ganjar Nginap di Rumah Warga". *Communitarian: Jurnal Prodi Ilmu Politik*, 5(2).
- Mulyadi, W. (2023). Penyelenggaraan Pemilu dan Pilkada Pasca Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 55/PUU-XVII/2019. *LEX PRIVATUM*, 12(3).
- Munthe, NKB, Lubis, DA., & Marzuki. (2022). Pemasaran Politik dalam Media Sosial (Studi Pemasaran Politik Pilkada Serdang Bedagai 2020 melalui Facebook). *Hijaz: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* , 1 (4), 1–5. <https://doi.org/10.57251/hij.v1i4.437>

- Nazaruddin, I., & Harsanti, N. (2021). Pengaruh Asimetri Informasi, Karakter *Personal*, Reputasi, Trust in Superior dan mutual monitoring terhadap budgetary Slack. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, 16(1), 1-14.
- Nintyas, L. P. C. (2021). Peran Partai Politik dalam Pemenangan Pilkada Walikota Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan tahun 2020 (Studi kasus Partai PDI-P sebagai partai koalisi pasangan H. Ibnu Sina S. Pi–Dr. Ir. H. Arifin Noor, MT) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Nurhidayat, I. (2023). *Marketing Politik Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia. Journal Education and Government Wiyata*, 1(1), 53-63.
- Prakoso, MA, & Djumadin, Z. (2023). Proses Rekrutmen Partai Politik Pada Penetapan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Di Pilkada Tangerang Selatan Tahun 2020. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 9 (2), 92-105.
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1-19.
- Putri, M. K., Elita, R. F. M., & Trulline, P. (2024). Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer Generasi Z Terhadap Minat Beli Kebaya Pada Followers Tiktok@ raniaayamin. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(2), 125-133.
- Ramah, A. D., Khanti, V. V., & Budiwinarto, A. (2024). *Marketing Politik di Era Digital: Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Citra Ganjar Pranowo. Nagasena: Jurnal Ilmu Komunikasi Buddha*, 1(1).
- Saputri, O. (2022). Citra Politik Cak Imin dan Kapabilitasnya Maju Pilpres 2024. *Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang*.
- Setiawan, F. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Profesi (studi kasus di kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13-21.
- Siregar, M. C., & Maryanah, T. (2022). Fenomena Money Politics dan Pembuktian Terstruktur sistematis masif (tsm) pada pemilihan walikota dan wakil walikota bandar lampung 2020. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 48(2), 141-158.
- Sutrisno, S., Agustiani, I., & Rahmantya, Y. E. K. (2024). Systematic Literature Review: Strategi Komunikasi Dalam Pemasaran Politik Partai. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Syafitri, I., & Yulianto, K. (2021). Pengaruh iklan instagram terhadap respons konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 2(1).

Skripsi:

Caya, A. N. A. (2021). Pemasaran Politik Jihan Nurlela Dalam Pemilu 2019 (Studi Komunikasi Politik).

RIA, A. (2015). Strategi *Political Marketing* DPD Partai Gerindra Sumbar dalam Pemilu Legislatif 2014 di Provinsi Sumatera Barat (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Artikel:

Media Indonesia. (2025, Februari 20). Perjalanan karier Fadly Amran, dari aktivis hingga Wali Kota Padang. MetroTVNews.

<https://www.metrotvnews.com/read/KdZCjEEv-perjalanan-karier-fadly-amran-dari-aktivis-hingga-wali-kota-padang>

Ontime.id. (2024, Desember 11). Fadly Amran menjadi Walikota Padang terpilih di usia 36 tahun. <https://www.ontime.id/fadly-amran-menjadi-walikota-padang-terpilih-di-usia-36-tahun/>

Rachmahyanti, S. (2022, September 2). *Intip sumber kekayaan Fadly Amran*. Okezone. <https://economy.okezone.com/read/2022/09/02/320/2659842/intip-sumber-kekayaan-fadly-amran?page=all>

Sugiarto, H. (2024, September 26). Rekam jejak Fadly Amran, calon Wali Kota Padang yang disebut Anies sosok sukses. Padek Jawapos. <https://padek.jawapos.com/sumbar/2365129139/rekam-jejak-fadly-amran-calon-wali-kota-padang-yang-disebut-anies-sosok-sukses>

Syahrir, Z. (2018, September 12). *Wagub Nasrul Abit apresiasi penobatan Fadly Amran Datuk Panduko Malano*. BentengSumbar.com. <https://www.bentengsumbar.com/2018/09/wagub-nasrul-abit-apresiasi-penobatan.html>

Tim Fadly Maigus. (2025). Fadly Maigus Official Website. <https://www.fadlymaigus.id/>

The Global Statistics. (2025). Indonesia Social Media Statistics 2025: Most Popular Platforms*. <https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/>

Tribunnews.com. (2024, Desember 16). Profil dan kekayaan Fadly Amran-Maigus, pemenang di Pilkada Padang 2024: Segini hartanya. <https://newsmaker.tribunnews.com/2024/12/16/profil-dan-kekayaan-fadly-amran-maigus-pemenang-di-pilkada-padang-2024-segini-hartanya?page=all>