

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, D. D. (2024, November 28). *Hasil Hitung Cepat, Pasangan Agus-Nadia Unggul di Pilkada Temanggung*. Retrieved May 5, 2025 from detiknews: <https://news.detik.com/pilkada/d-7660526/hasil-hitung-cepat-pasangan-agus-nadia-unggul-di-pilkada-temanggung>
- Blumler, J., & Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16(3), 209-230. doi:<https://doi.org/10.1080/105846099198596>
- BPS Kabupaten Temanggung. (2025). *Kabupaten Temanggung dalam Angka 2025*. Temanggung: BPS Kabupaten Temanggung. From <https://temanggungkab.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/07842daa7b9eb02039f7d8e1/kabupaten-temanggung-dalam-angka-2025.html>
- BPS Temanggung. (2024). *Kabupaten Temanggung dalam Angka 2024*. Temanggung: BPS Kabupaten Temanggung.
- Derap Juang. (2024, September 23). *Paslon ADADIA, Paket Komplit Membangun Temanggung*. From [derapjuang.id: https://derapjuang.id/featured/paslon-adadia-paket-komplit-membangun-temanggung/](https://derapjuang.id/featured/paslon-adadia-paket-komplit-membangun-temanggung/)
- Derap Juang. (2024, October 9). *Program Kesehatan yang Dibuktikan, Bukan Wacana*. From Derap Juang: <https://derapjuang.id/featured/program-kesehatan-yang-dibuktikan-bukan-wacana/>
- Enggar, & Ica. (2024, October 15). *Nobar Timnas Bersama Agus, Sarana Hiburan dan Mempertebal Keakraban*. From Derap Juang: <https://derapjuang.id/featured/nobar-timnas-bersama-agus-sarana-hiburan-dan-mempertebal-keakraban/>
- Firmanzah, M. (2011). *Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firmanzah, M. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.



- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ibrahim, H. (2022). Strategi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Memenangkan Pasangan Mohammad Idris dan Imam Budi di Pilkada Kota Depok Tahun 2020. *Skripsi*.
- Johnson, D. (2008). *Routledge Handbook of Political Management*. New York: Routledge New York.
- Kabarpersatuan.com. (2024, November 14). *PPP Temanggung Gelar Konsolidasi Pemenangan Pilkada, Rapatkan Barisan untuk Kemenangan Agus-Nadia*. From Kabarpersatuan.com: <https://kabarpersatuan.com/ppp-temanggung-gelar-konsolidasi-pemenangan-pilkada-rapatan-barisan-untuk-kemenangan-agus-nadia/>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in The Flow of Mass Communication*. Free Press.
- Kirk, J., & Miller, M. (1986). *Reliability and Validity in Qualitative Research*. New York: Sage Publications.
- Kotler, P., & Kotler, N. (1999). Political Marketing: Generating Effective Candidates, Campaigns, and Causes. In *Handbook of Political Marketing* (pp. 3-18). New York: Sage Publications.
- KPU Kabupaten Temanggung. (2025, June 4). *Infografis Perolehan Suara Bupati dan Wakil Bupati Temanggung Pilkada 2024*. From kab-temanggung.kpu.go.id: <https://kab-temanggung.kpu.go.id/page/read/infografis-kpu-kabupaten-temanggung>
- Kusumo, S. W. (2021). Strategi Marketing Politik Pasangan Haryadi Suyuti - Heroe Poerwadi Dalam Memperoleh Kemenangan Pilkada Kota Yogyakarta 2017. *Skripsi*.
- Lees-Marshment, J. (2001). *Political Marketing and British Political Parties: The Party's Just Begun*. Manchester: Manchester University Press.
- Lees-Marshment, J. (2011). *The Political Marketing Game*. London: Palgrave Macmillan. doi:<https://doi.org/10.1057/9780230299511>



- Mardianti, E. (2024). Strategi Pemasaran Politik Pasangan Ikfina-Barra dalam Kontestasi Pilkada Kabupaten Mojokerto Tahun 2020. *Jurnal Politik Indonesia (Indonesian Journal of Politics)*, 10(1), 17-41. doi:10.20473/jpi.v10i1.56267
- Maulana, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Pasangan Nina Agustina dan Lucky Hakim dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Indramayu Tahun 2020. *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. doi:<https://doi.org/10.1086/267990>
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication (3rd ed.)*. Abingdon: Routledge.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Needham, C. (2005). Brand Leaders: Clinton, Blair, and The Limitations of The Permanent Campaign. *Political Studies*, 53(2), 343-361. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2005.00534.x>
- Nursal, A. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Rurit, B. (2024, November 29). *Anomali Pilkada Temanggung, Kemenangan Mengejutkan Kepala Desa*. Retrieved June 24, 2025 from [backtobdm.com: https://www.backtobdm.com/2024/11/29/anomali-pilkada-temanggung-kemenangan-mengejutkan-kepala-desa/](https://www.backtobdm.com/2024/11/29/anomali-pilkada-temanggung-kemenangan-mengejutkan-kepala-des/)
- Satria, R. (2022). Strategi Pull, Push dan Pass dalam Political Marketing : Studi Atas Kemenangan Kustini Sri Purnomo-Danang Maharsa Pada Pilkada Sleman Tahun 2020. *Skripsi*.
- Scammell, M. (1999). Political Marketing: Lessons for Political Science. *Political Studies*, 47(4), 718-739. doi:<https://doi.org/10.1111/1467-9248.00228>