

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M. A., Lodhi, S. A., & Ahmad, Z. (2017). *Political Brand Equity Model: The Integration Of Political Brands In Voter Choice* Mirza. *Journal Of Political Marketing*, 16(2), 147–179. <https://doi.org/10.1080/15377857.2015.1022629>
- Amelia, R., Zakia, S., Muthia, B. Nyak., & Ar., Defnusz, Q. (2025). Analisis Keberadaan Akun Tiktok @ Gerindra Dalam Menanggapi Keluhan Masyarakat. 3. <https://doi.org/10.61132/sadewa.v3i1.1567>
- Anshari, F., & Prastya, N. M. (2014). Media Sosial Sebagai Sarana *Branding* Politisi (Studi Terhadap Akun Media Sosial Presiden Susilo Bambang Yudhoyono). 337–347.
- Arfandy, M. F., & Maharani, R. A. (2024). Penguatan Peran Partai Politik Di Indonesia Melalui Perbaikan Kaderisasi Dan Sistem Partai Politik. 54. <https://doi.org/10.33331/mhn.v54i1.374>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology. Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Edisi Terjemahan). Pustaka Pelajar.
- Dharma, S. T. (2024). Stmik Triguna Dharma - Simak Sejarah Tiktok Dan Perjalanannya Masuk Ke Indonesia. <https://Fresh.Trigunadharma.Ac.Id/Detail/Simak-Sejarah-Tiktok-Dan-Perjalanannya-Masuk-Ke-Indonesia>
- Efriza. (2019). Eksistensi Partai Politik Dalam Persepsi Publik. 10(1), 17–38. <https://doi.org/10.22212/jp.v10i1.1314>
- Esthernita, A. (2025). Media Sosial Sebagai Media Kampanye Partai Politik: Analisis Perilaku *Political Branding* Partai Gerindra Melalui Tiktok Pada Masa Pemilu Legislatif 2024. (Skripsi Sarjana, Program Studi Manajemen dan Kebijakan Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta).
- Febriani, D., Nugraha, H. S., Listyorini, S., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). Pendahuluan Kajian Teori. 12(1), 405–409.
- Izza, Nafrotul. Rahayu, Tania. Choirunnisa, Nurul. Inay., Khotimah, N. (2024). Ideologi Dan Inklusivitas Dalam Komunikasi Politik: Studi Strategi Media Sosial Partai Gerindra. 4(2), 319–331. <https://doi.org/10.69796/miji.v4i2.252>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Kusno, F., Radityani, A., & Kristanti, M. (2007). Analisa Hubungan *Brand Strategy* Yang Dilakukan *Goota Japanese Charcoal Grill And Cafe* Dan *Brand Equity* Yang Sudah Diterima Konsumen. 43–55. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.1.43-56>
- Mitsikopoulou, B. (2008). *The branding of political entities as discursive practice. Journal of Language and Politics*, 7(3), 353–371. <https://doi.org/10.1075/jlp.7.3.01mit>
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. Remadja Karya.

Needham, C., & Smith, G. (2015). *Introduction : Political Branding Introduction : Political Branding*. *Wplm*, 14(1–2), 1–6. <https://doi.org/10.1080/15377857.2014.990828>

Oktafiani, N., & Haryanto, M. (2022). Persepsi Mahasiswa Pbsi-Unikal Terhadap Aplikasi Tiktok Untuk Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Abad 21. 4, 126–141.

Partai Amanat Nasional. (2025). *An Artwork Showing History Of Profile {Photographs}*. https://www.tiktok.com/@Amanat_nasional?_t=Zs-8vszy7mw4nm&_r=1.

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. (2025). *An Artwork Showing History Of Profile {Photographs}*. https://www.tiktok.com/@Dppdpiperjuangan?_t=Zs-8vszw8sko00&_r=1.

Partai Demokrat Indonesia. (2025). *An Artwork Showing History Of Profile {Photographs}*. https://www.tiktok.com/@Pdemokrat?_t=Zs-8vszayxetyx&_r=1.

Partai Gerindra. (2025). *An Artwork Showing The History Of Profile {Photographs}*. https://www.tiktok.com/@Partaigerindra?_t=Zs-8vszr6dacrn&_r=1.

Partai Golongan Karya Indonesia. (2025). *An Artwork Showing History Of Profile {Photographs}*. https://www.tiktok.com/@Golkar.Indonesia?_t=Zs-8vszst0fepn&_r=1.

Partai Keadilan Sejahtera. (2025). *An Artwork Showing History Of Profile {Photographs}*. https://www.tiktok.com/@Pksejahtera?_t=Zs-8vszcnah6v6&_r=1.

Partai Nasional Demokrat. (2025). *An Artwork Showing History Of Profile {Photographs}*. https://www.tiktok.com/@Partainasdem?_t=Zs-8vszeiurkvt&_r=1.

Partai Perindo. (2025). *An Artwork Showing History Of Profile {Photographs}*. https://www.tiktok.com/@Partaiperindo?_t=Zs-8vszexmq6xm&_r=1.

Pfau, M., & Parrott, R. (1993). *Persuasive communication campaigns*. Boston: Allyn and Bacon.

Portal Publikasi Pemilu dan Pemilihan. (2024). Tahapan Dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024

Puspitasari, S., & Rusmiati, E. T. (2021). Komunikasi Dan Konstruksi Sosial Atas Realitas Perempuan Bekerja Dalam Pelabuhan Industri. 1(1), 44–52. <https://doi.org/10.32509/dinamika.v7i1.1407>

Putri, M. Ernita. (2024). *Strategi Political Branding Akun Tiktok @Ganjarpranowo Pada Pemilu 2024 (Studi Netnografi)*. (Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Bandar Lampung).

Rais, M. C. A. (2024). Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra Dalam Menarik Suara Generasi Z Jelang Pemilihan Umum 2024 Melalui Twitter (X). (Skripsi Sarjana, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Syarif Hidayatullah, Jakarta).

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication campaigns*. Dalam C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (hlm. 817–846). Newbury Park, CA: Sage Publications.

Sagala, T. S., & Husna, A. (2024). Jimsi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi *Political Branding* Wanseptember Situmorang Pada Pemilihan Legislatif Dprd Dairi 2024. 1, 32–45.

Septiyani, N. (2023). Interaktivitas Akun Twitter @ Gerindra. (Skripsi Sarjana, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said, Surakarta).

Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial. 02(01).
<https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>

Sugiyono. (2018). Metode penelitian kualitatif. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Tempo. (2025). Negara Dengan Pengguna Tiktok Terbanyak.
<https://www.tempo.co/data/data/negara-dengan-pengguna-tiktok-terbanyak-1197287>

Vaismoradi, M., & Snelgrove, S. (2019). *Theme in Qualitative Content Analysis and Thematic Analysis*. 20(3). <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3376>

Zed, M. (2008). Metode penelitian kepustakaan. Yayasan Obor Indonesia.