

Daftar Pustaka

Buku

- Axford, B, & Huggins, R. (2001). *New Media and Politics*. London: Sage Publications.
- Adiputra, W.M. (2012). *Media Baru: Studi Teoritis & Telaah dari Perspektif Politik dan Sosiokultural*. Yogyakarta: FISIPOL UGM.
- Ahmad, N. (2012). *Elemen-elemen Kajian Komunikasi Politik dan Marketing Politik*. Yogyakarta: Pustaka Zaman.
- Agus Dwiyanto. 2011. Mengembalikan Kepercayaan Publik Melalui Reformasi. Birokrasi. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Bappenas
- Arifin, A. (2006). *Pencitraan dalam Politik: Strategi Pemenangan Pemilu dalam Perspektif Komunikasi Politik*. Jakarta: Pustaka Indonesia. Hal 3-4.
- Bertrand, Ina & Hughes, Peter. (2005). *Media Research Methods: Audience, Institutions, Texts*. New York: Palgrave Macmillan.
- Baran J.S & Davis D. K. (2009). *Mass communication theory: foundation, ferment and future 5th edition*. Canada: wadsworth cengage learning. Hal 244
- Brown, B. (2012). *Cinematography: Theory and Practice: Image making for cinematographers and directoras*. Oxford: Elsevier, Inc.
- Cheng, Yu. M., dan Wang. L. (2015). "The Mediating Effect of Ethical Climate on the Relationship Between Paternalistic Leadership and Team Identification: A Team Level Analysis in the Chinese Context", *J Bus Ethics*, No. 129, pp. 639 – 654
- Cowie, A.P. (1989). *Oxford Advanced Learned Dictionary*. Oxford: Oxford University Press. hal 452.
- Danial, A. (2009). *Iklan Politik TV: Modernisasi Kampanye Politik Pasca Orde Baru*. Yogyakarta: LKIS.
- Eadie, W.F. (2009). *21st Century Communication A Reference Handbook*. London: Sage Publications.
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik-Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Given, L.M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods: Two Volume Set*. London: Sage Publications.
- Gibson, Ivancevich, Donnelly, (2005). *Produktivitas Kerja*. Edisi Kedelapan. Birarupa Aksara. Jakarta.
- Hsieh, H.F., & Shannon, S.E. (2005). *Three approaches to qualitative content analysis*. Retrieved: April 18, 2013, from: <http://qhr.sagepub.com/content/15/9/1277>
- Jensen, K.B. (2002). *A Handbook of Media and Communication Research*. New York: Routledge. Hal 156
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An Introduction to its methodology (2nd edition)*. London: Sage Publications.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An Introduction to its methodology (4th edition)*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis*. Klagenfurt: Gesis.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Moelong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosda karya Offset.
- Morrison, M.A. [dkk]. (2010). *Teori Komunikasi Massa : Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (2003) *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia: Jakarta.



Nimmo, D. (2000). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.

Soebroto, C. (2004). *Indonesia OK!!: The Guide with a Gentle Twist*. Yogyakarta: Galangpress Group.

Syamsudin, M dkk. (2009). *Pendidikan Pancasila Menetapkan Pancasila dalam Konteks Keislaman dan Keindonesiaan*. Yogyakarta: Total Media.

Syafiie, I. K. (2001). *Filsafat Pemerintah*. Jakarta: PT.Perca.

Jurnal

Brown, S.D; Lambert, R.D; Kay, B.J dan Curtis, J.E. (1988). In the eye of the beholder: leader images in Canada. Canadian Journal of Political Science Volume 21 Issue 4. Diakses melalui <https://www.cambridge.org/core/journals/canadian-journal-of-political-science-revue-canadienne-de-science-politique/article/in-the-eye-of-the-beholder-leader-images-in-canada/231248660D0B00407DF50208691CA046> pada 05/10/2019.

Damayanti, N. & Hamzah, R. E. (2017). Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-JK pada Pemilihan Presiden 2014. Jurnal WACANA Ilmiah Ilmu Komunikasi Volume 16 No.2 Desember 2017 Hal 279-290. Diakses dari <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/52/169> pada 19/09/2019.

Haffiar, H. & Rusmulyadi. (2018). Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial. Jurnal PProfesi Humas Volume 3 No. 1 Hal 120-140. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/326992724_Dekonstruksi_Citra_Politik_Jokowi_Dalam_Media_Sosial pada 18/09/2019.

Irawanto, D.W., Ramsey, P.L., and Tweed, D.C. (2012). Exploring paternalistic leadership and its application to the Indonesian public sector. The International Journal of Leadership in Public Service. 8(1), 4-20

Nimrah, S. dan Sakaria (2015). Perempuan Dan Budaya Patriarki Dalam Politik. (Studi Kasus Kegagalan C eleg Perempuan Dalam Pemilu Legislatif 2014). The POLITICS: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Vol. 1 No. 2, July 2015.

Nugraha, D. W.J. (2013). Youtube Salah Satu Bentuk Platform Media Baru dalam Dunia Periklanan di Indonesia. Makalah non-Seminar Universitas Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi. Diakses melalui <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20368946-MK-Diptanta%20Wahya%20Jati%20Nugraha.pdf> pada 02/10/2019.

Pratiwi, M.I., Djastuti, I. dan Mas'ud, F. (2017). Implementasi Gaya Kepemimpinan Paternalistik (studi kasus PT Jasa Raharja Persero cabang Jawa Tengah). Jurnal Universitas Diponegoro Magister Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Diakses melalui [http://eprints.undip.ac.id/56103/1/Jurnal_Mona_Inayah_P_\(Ind\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/56103/1/Jurnal_Mona_Inayah_P_(Ind).pdf) Pada 10/10/2019.

Rumata, V.M. (2017). Analisis Isi Kualitatif Twitter '#TaxAmnesty' dan '#AmnestiPajak'. Jurnal PIKOM (penelitian komunikasi dan pembangunan) Volume 18 No.1 2017. Diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/230996-analisis-isi-kualitatif-twitter-taxamnes-03e34dce.pdf> pada 04/10/2019.

Rusmulyadi dan Haffiar, H. (2018). Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial. Jurnal PProfesi Humas, Volume 3 , No. 1, 2018, hlm 120-140. Diakses melalui https://www.researchgate.net/publication/326992724_Dekonstruksi_Citra_Politik_Jokowi_Dalam_Media_Sosial pada 13/01/2020.

Saguni, F. (2014). Pemberian Stereotype Gender. Jurnal MUSAWA Volume 6 No. 2 Desember 2014 hal 195:224. Diakses dari

<https://media.neliti.com/media/publications/138333-ID-pemberian-stereotype-gender.pdf> pada 08/09/2019.

- Sandra, J.L. (2013). Political Branding Jokowi Selama Masa. Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra Volume I No.2 Tahun 2013 diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/77390-ID-political-branding-jokowi-selama-masa-ka.pdf> pada 09/12/2019.
- Sari, N. N. (2013). Strategi Personal Branding Joko Widodo (Jokowi) dan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya. Diakses melalui https://www.academia.edu/6365957/Strategi_Personal_Branding_Joko_Widodo_Joko_wi_dan_Basuki_Tjahaja_Purnama_Ahok pada 04/10/2019.
- Sartika, E. (2014). Analisis isi kualitatif pesan moral dalam film berjudul “Kita Versus Korupsi”. eJurnal Ilmu Komunikasi Fisip Unmul Volume 2 No. 2 014: 63-76. Diakses melalui [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/JURNAL_ELITH_2014_2009%20\(05-19-14-06-40-17\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/JURNAL_ELITH_2014_2009%20(05-19-14-06-40-17).pdf) pada 02/10/2019.

Internet

- Abdulsalam, H. & Ahsan, I.A. (2018). Hari Anak Nasional, Soeharto dan Bapakisme Negara Orde Baru. Diakses dari <https://tirto.id/hari-anak-nasional-soeharto-dan-bapakisme-negara-orde-baru-cPBI> pada 20/09/2019.
- CNN Indonesia. (2019). Ideologi Bapakisme Jokowi di Iklan Kampanye Pilpres 2019. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190326174230-32-380895/ideologi-bapakisme-jokowi-di-iklan-kampanye-pilpres-2019> pada 16/09/2019.
- CNN Indonesia. (2019). Profil Jokowi dan Ma'ruf Amin. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/pemilu2019/profil-jokowi-maruf-amin> pada 27/11/2019.
- Detik News. (2019). *Ada 5 Juta Pemilih Pemula di Pemilu 2019*. Diakses melalui <https://news.detik.com/berita/d-4215354/ada-5-juta-pemilih-pemula-di-pemilu-2019> pada 7/09/2019.
- Definisi Bapak. Diperoleh melalui <https://kbbi.web.id/bapak> pada 03/10/2019.
- Definisi Figur. Diperoleh melalui <https://kbbi.web.id/figur> pada 03/10/2019.
- Definisi Ideologi <https://kbbi.web.id/ideologi> pada 03/10/2019.
- Hikmat, M. (2018). Bapakisme Pendidikan. Diakses dari <https://identitasunhas.com/bapakisme-pendidikan/> pada 20/09/2019.
- Heiderich, T. (n.d). Cinematography Techniques: The Different Types of Shots in Film. Diakses dari <https://www.oma.on.ca/en/contestpages/resources/free-report-cinematography.pdf> pada 03/10/2019.
- Heychael, M (2014). Politik Kekeluargaan dan Kekuasaan yang Berpusat pada Tubuh. Dalam <https://indoprogess.com/2014/02/politik-kekeluargaan-dan-kekuasaan-yang-berpusat-pada-tubuh/> diakses pada 10/12/2019.
- Kompas. (2008). Psikologi dan Arti Warna. Diakses melalui <https://nasional.kompas.com/read/2008/10/09/15551015/psikologi.dan.arti.warna?page=all> pada 13/01/2020.
- Kompas. (2018). Presiden Tertawa Saat Ditanya Pidato Prabowo Soal Indonesia Bubar 2030. Diakses melalui <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/21/21431841/presiden-tertawa-saat-ditanya-pidato-prabowo-soal-indonesia-bubar-2030> pada 13/01/2020.
- Pinter Politik. (2018). Menyingkap Narasi Kebapakan Jokowi. Diakses dari <https://pinterpolitik.com/menyingkap-narasi-kebapakan-jokowi/> pada 17/09/2019.



Widhana, D.H. (2019). Citra Jokowi yang Merakyat Kehilangan Relevansi. Diakses melalui <https://tirto.id/citra-jokowi-yang-merakyat-kehilangan-relevansi-deu9 pada 13/01/2020>.

Sonnies, S. (2011). Consumer branding in politics: a comparison of presidents ronald reagan and barack obama. Diakses melalui <http://www.american.edu/soc/communication/upload/Sarah-Sonies.pdf> pada 6/12/2019.

Skripsi

Anggara, F.A. (2015). Politik Citra dalam Iklan (Analisis Resepsi Pemilih Pemula dan Pemilih Dewasa terhadap Iklan Politik Pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla Versi Petik Jokowi JK Adalah Kita Petik dalam Pemilihan Presiden 2014 di Televisi). Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada. Diakses dari http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=82003&obyek_id=4 pada 15/07/2019.

Tanjung, A.A (2014). Penerimaan Khalayak Pemilih Pemula di Yogyakarta terhadap Iklan Calon Presiden Periode 2014-2019 (Analisis Resepsi Mengenai Penerimaan Pemilih Pemula terhadap Iklan Calon Presiden 2014). Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Diakses melalui <https://docplayer.info/47234111-Penerimaan-khalayak-pemilih-pemula-di-yogyakarta-terhadap-iklan-calon-presiden-periode.html> pada 16/09/2019.

Iryani, A.D. (2013). Personal Branding Jokowi dalam Media (Analisis Isi Kuantitatif Personal Branding Jokowi Dalam Harian Umum Solopos Periode Maret-Juli 2012). Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas ilmu Komunikasi. Diakses melalui http://eprints.ums.ac.id/25676/15/Naskah_Publikasi.pdf pada 03/10/2019.

Ridoi, M. (2016). Kekuatan Figur dalam Partai Politik (Studi terhadap Abdurrahman Wahid di Partai Kebangkitan Bangsa. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Diakses melalui <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40522/2/M.RIDOI-FISIP.pdf> Pada 05/10/2019.

Tarigan, A.B. (2019). Pola Komunikasi Konten Akun Instagram Lambe Turah sebagai salah satu Bentuk Strategi Komunikasi (analisis isi konten Instagram @lambe_turah). Skripsi Universitas Gadjah Mada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi.

Sutrisno, G.N. (2012). Paternalisme dalam Pemerintahan Syngman Rhee dan Pengaruhnya Terhadap Nilai-Nilai Demokrasi di Korea. Skripsi Universitas Indonesia Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Korea.