

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Nyarwi. (2012). MANAJEMEN KOMUNIKASI POLITIK DAN
MARKETING POLITIK. Yogyakarta: Pustaka Zaman.

Ardha, Berliani. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik
2014 Di Indonesia. Jakarta: Universitas Mercu Buana.

Arnadanareswari, Indira. 2020. Sejarah Pemilu 2004: Pertama Kali Rakyat Memilih
Langsung Presiden. <https://tirto.id/sejarah-pemilu-2004-pertama-kali-rakyat-memilih-langsung-presiden-dme7>. Diakses pada 13 Agustus 2020.

Arrobi, Mohammad Zaki. (2020). Islamisme ala Kaum Muda Kampus. Yogyakarta:
Gadjah Mada Univercity Press.

Damayanti, Novita.; Radja Erland Hamzah. (2017). Strategi Kampanye Politik
Pasangan Jokowi-Jk Pada Pemilihan Presiden 2014. Jakarta: Fakultas Ilmu
Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo.

Firmazah. (2007).Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas. Jakarta:
Yayasan Obor Indonesia.

Flew, Terry. (2005). *New Media, An Introduction, second edition*. Australia:
Oxford University Press.

Gladwell, Malcolm. 2013. *David and Goliath (Underdogs, Misfits, and the Art of
Battling Giants)*. Amerika Serikat: Little, Brown and Company.

- Harrop, Martin. (1990). Political Marketing. Australia: Oxford University Press.
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. (2010). "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". Business Horizons 53(1): 59–68.
- Kavanagh D. (1995) Election campaigning: the new marketing of politics. Oxford: Blackwell Publishers.
- Kavanagh D. (1996) New campaign communications: consequences for political parties. Harvard International Journal of Press and Politics, vol. 1, no. 3, pp. 60- 76.
- Less-Marshment, J, (2001). Political Marketing and British Political Parties: The Party's Just Begun, Manchester University Press.
- Lock A. and Harris P. (1996) Political marketing – vive la difference. European Journal of Marketing, vol. 30, no. 10-11, pp. 21-31.
- Locke, John. 1999. *An Essay Concerning Human Understanding*. The Pennsylvania State University.
- Mayfield, Anthony. (2008). What is social media? Diakses dari: <http://www.iCrossing.com/ebooks>.
- Newman, Bruce I. (1999). The Mass Marketing of Politics: Democracy in an Age of Manufactured Images. London : Sage Publication.
- Nilasari, Senja. 2014 . *Manajemen Strategi itu Gampang*, Jakarta: Dunia Cerdas.

Nursal, Arman. (2004). Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

P. Sri Hastuti. (1996). KEKUASAAN DAN DEMOKRASI. Yogyakarta: Universita Islam Indonesia.

Pontoh, Crhistianto. 2015. *Strategi Kampanye Pemenangan Bupati dan Wakil Bupati Terpilih pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa*. Minahasa. Acta Diurna.

Prayogi, Arditya. (2019). Masuk Dan Berkembangnya Gerakan Tarbiyah, Studi Kasus: Gerakan Dakwah Kampus Di Institut Teknologi Bandung (ITB) 1983-1998. Bandung: SINDANG. Vol. 1, No. 1 (Jan-Juni 2019): 45-57.

Rosyid, Halimur. 2019. *Strategi Pemenangan Caleg Partai Gerindra pada Pemilihan Umum Legislatif 2014 (Studi Tentang Marketing Politik Caleg DPRD Provinsi Jawa Timur)*. Lamongan. Universitas Islam Darul Ulum.

Safitri, Dini. (2003). Prospektif Kampanye Politik dengan Media Baru. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.

Schroder, P. (2000) Strategi Politik. Jakarta; Nomos baden-baden.

Sitepu, P.A. (2012). Studi Ilmu Politik. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Surat Keputusan Hasil Pemilwa 2017 oleh KPUM.

Syarifuddin, Tengku Imam; Erwin Resmawan; Iman Surya. (2019). Strategi Pemenangan Kepala Desa Terpilih Pada Pemilihan Kepala Desa Santan

Tengah Kecamatan Marang Kayu Kabupaten Kutai Kartanegara Tahun

2016. eJournal Pemerintahan Integratif.

Wahid, Umaimah. (2016). Komunikasi Politik : Teori, Konsep dan Aplikasi pada

Era Media Baru. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wirawan, *Kepemimpinan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2013) h. 275.