

Daftar Pustaka

- Aditiasari, D. & Yasmin, P. A. (2018). Dari 7 Presiden RI, Siapa Paling Kaya?. Retrieved from Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4170143/dari-7-presiden-ri-siapa-paling-kaya/8>
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91-102.
- Aziz, M. (2018). Citra Soeharto dan Komoditas Partai Politik (Tulisan 3). Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/aziz-m/citra-soeharto-dan-komoditas-partai-politik-tulisan-3>
- Bram, A. (2018). Perkembangan Internet di Dunia dan Indonesia. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/antoniuz2/5b8c843bab12ae21d70bd753/perkembangan-internet-di-dunia-dan-indonesia?page=all>
- Budiati, I., Susianto, Y., Ponco, W., et al. (2018). Profil Generasi Milenial Indonesia. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Cangara, H. (2009). Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chhatre, A. (2008). Political Articulation and Accountability in Decentralisation: Theory and Evidence from India. *Conservation and Society*, 6(1), 12-23.
- Faiqah, F., Nadjib, M., Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 5(2), 259-272.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi*, 1(1), 5-16.
- Fatmawati, A. (2018). *Political Branding* “Sobat Mustafa” Dalam Pembentukan Citra Mustafa Sebagai Bakal Calon Gubernur Lampung Periode 2018-2023. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

- Gadis & Rusfian, E. (2013). *Branding dalam Politik Elektoral (Kajian Komunikasi Politik Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dalam Pilkada DKI Jakarta 2012)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Ginting, S. (2017). Cindy Adams, Citra Pemimpin Rakyat, dan Gaya Busana Bung Karno. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/jurnalisme-warga/wacana/17/01/09/ojhs3n385-cindy-adams-citra-pemimpin-rakyat-dan-gaya-busana-bung-karno>
- Hasfi, N. (2014). Sejarah Perkembangan Internet sebagai Wadah Keberadaan Cyber Media. *Cyber Media*, 1, 1.1-1.40.
- Hastarjo, T. D. (2011). Kausalitas Menurut Tradisi Donald Campbell. *Buletin Psikologi*, 19(1), 1-15.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Iralita, D. A. (2015). *Perilaku Politik Joko Widodo Sebagai Presiden dalam 100 Hari*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Iryani, A. D. (2013). *PERSONAL BRANDING JOKOWI DALAM MEDIA (Analisis Isi Kuantitatif Personal Branding Jokowi Dalam Harian Umum Solopos Periode Terbit Maret - Juli 2012)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- KBBI. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Retrived from [kbbi.id: https://kbbi.web.id/rekonstruksi](https://kbbi.web.id/rekonstruksi)
- Kaid, L. L & Holtz-Bacha, C. (2008). *Encyclopedia of Political Communication*. California: Sage Publications.

- Kertamukti, R. (2015). INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 8(1), 57-66.
- Khoirunnisa (2017). Bukan Facebook, Ini Aplikasi No.1 di Indonesia. Retrieved from selular.id: <https://selular.id/2017/01/bukan-facebook-ini-aplikasi-no-1-di-indonesia/>
- Kurnia, T. (2019). 7 Janji Jokowi di 2014 dan Hasilnya. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3894792/7-janji-jokowi-di-2014-dan-hasilnya>
- Kuwado, F. J. (2017). Kehebohan-kehebohan Jokowi... . Retrieved from Kompas: <https://nasional.kompas.com/read/2017/02/03/14312341/kehebohan-kehebohan.jokowi.?page=all>.
- Leon, C. D, Desai, M & Tugal, C. (2009). *Political Articulation: Parties and the Constitution of Cleavages in the United States, India, and Turkey. Sociological Theory*, 27(3), 193-219.
- McKee, A. (2001). A Beginner's Guide to Textual Analysis. *Metro Magazine*, 138-149.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. London: Personal Branding Press, Oxford.
- Musliyandi. (2014). *Kelompok Kepentingan dalam Proses Politik Pemerintahan di Daerah Studi Kasus Persatuan Guru Republik Indonesia Kota Pekanbaru (Periode 2008 – 2013)*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Nuh, N. M. (2013). Identitas Sosial, Fundamentalisme, dan Prasangka terhadap Pemeluk Agama yang Berbeda: Perspektif Psikologis. *Jurnal Multikultural & Multireligius*, 12(1), 18-29.

- Pratama, A. H. (2017). Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016 Terbesar di Dunia. Retrieved from id.techinasia.com: <https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016>
- Rachman, F. F. (2018). Utang dari Zaman Soeharto Hingga Jokowi, Mana Paling Besar?. Retrieved from Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4172056/utang-dari-zaman-soeharto-hingga-jokowi-mana-paling-besar>
- Romadoni, A. (2017). 5 Gaya Jokowi yang Bikin Gagal Fokus dan Heboh. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/news/read/2986488/5-gaya-jokowi-yang-bikin-gagal-fokus-dan-heboh>
- Sander, J. (1997). *The Symbolic Politics of The Political Systems of The United States And Great Britain: An Analysis Of The Reagan Presidency And The Thatcher Premiership*. United States: ProQuest.
- Sandra, L. J. (2013). *Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter*. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(2), 276-287.
- Sastrawati, N. (2015). Simbolisme dalam Pencitraan Partai Politik. *Al-Daulah*, 4(1), 168-177.
- Savitri, G. (2014). *Konstruksi Retorika Politik dalam Restorasi Citra: Analisis Pernyataan Pers Boediono dalam Kasus Bank Century*. Jakarta: Universitas Airlangga.
- Shahreza, M. (2018). *Proses dan Elemen-Element Komunikasi Politik*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Siagian, H. F. (2015). Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 17-26.

- Smihula, D. (2009). The waves of the technological innovations of the modern age and the present crisis as the end of the wave of the informational technological revolution. *Studia Politica Slovaca*, (1), 32-47.
- Sovya, H. (2013). Mengenal Gaya Kepemimpinan Presiden di Indonesia. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/hennysovy/552c5c1c6ea834f7738b4571/mengenal-gaya-kepemimpinan-presiden-di-indonesia> Kompasiana:
- Subiakto, H & Ida, R (2012). *Komunikasi Politik, Media & Demokrasi*. Jakarta: Kencana.
- Sugianto, D. (2017). 95% Kaum Milenial Terancam Jadi 'Gelandangan' di 2020. Retrieved from Detik Finance: <https://finance.detik.com/properti/d-3744907/95-kaum-milenial-terancam-jadi-gelandangan-di-2020>
- Sumartono. (2018). Budaya Politik Dalam Masyarakat Pragmatis. *Jurnal Lugas*, 2(1) 20-26.
- Sutrisno, I. & Wiendijarti, I. (2014). Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 70-84.
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.