

DAFTAR PUSTAKA

- Akashi, N. U. 2024. *Pengertian Elektabilitas dan Popularitas, Apa Fungsinya dalam Politik?* <https://www.detik.com/jogja/berita/d-7151679/pengertian-elektabilitas-dan-popularitas-apa-fungsinya-dalam-politik>
- Arifin, A. 2013. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta : PT Balai Pustaka
- Azwar, S. 2002. *Sikap Manusia; Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Busroh, A. D. 2017. *Ilmu Negara*. Jakarta : Bumi Aksara
- Brady, H.E., Johnston, R., & Sides, J. 2006. *The Study of Political Campaigns*. Michigan : Michigan Press.
- Cangara, H. 2006. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, H. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cecep, S. 2018, *Komunikasi Politik Teori dan Praktik*, Bandung: CV Mimbar Pustaka
- Choiriyati, S., 2015. Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik. *Perspektif*, 2(2), 21-27.
- Couldry, N. 2008 "Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling", *Journal New Media & Society*
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dasmin & Hidayat, T. 2024. Peran Media Massa Online Sebagai Alat Kampanye Politik 2019 Di Indonesia. *Convergence : Jurnal Online Jurnalistik*, 6(1), 54-68.
- De Huszar, G.B., & Stevenson, T. A. 1995. *Political sciences*. United States of America : Littlefied, Adams & Co.

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. 2017. *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Duverger, Maurice. 1984. *Partai Politik dan Kelompok-Kelompok Penekan*. Jakarta: Bina Aksara
- Elviandri, E. 2022. Perlindungan Pekerja Migran Indonesia Di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4(2), 245–255
- Elvinaro A.A. 2005. *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Universitas Indonesia Library; Simbioka Rekatama Media. <https://lib.ui.ac.id>
- Fatimah, S. 2018. Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu, *Resolusi*, 1(1), 5-16.
- Febriana Sulistya Pratiwi. (2024). Data Jumlah Media Pers di Indonesia yang Terverifikasi per 21 Februari 2024: <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-jumlah-media-pers-di-indonesia-yang-terverifikasi-per-21-februari-2024>.
- Forrest, J., & Marks, G.N. 1999. The Mass Media, Election Campaign and Voter Response. The Australian Experience. Party Politics. V O L 5 . N o . 1 pp. 99–114. Sage Publications. New Delhi. <https://library.fes.de/libalt/journals/swetsfulltext/5330077.pdf>
- Griffin, E. 1991. A First Look At Communication Theory, ed. 5th, New York: McGraw-Hill Companies.
- Gunanto, D., Andriyani, L., & Sahrul M., 2020. Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Terpilih Dprd Tangerang Selatan Dalam Pemilu Tahun 2019 (Fraksi Partai Solidaritas Indonesia). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 131-136
- Gunawan, I. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Hallin, D., & Mancini, P. 2004. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press
- Hamzah, A. 2020. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Rekontruksi Pemikiran Dasar Natural Research, Literasi Nusantara*, 28
- Haris, S. 2014. *Partai, Pemilu, dan Parlemen Era Reformasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Hartiana TIP., Lapalelo, PA & Krisdinanto, N., 2025. Media masih Pilar Demokrasi? (Jurnalisme dan Demokrasi di Bingkai Pemberitaan Pernyataan Sikap Civitas Akademika Jawa Timur tentang Pemilu 2024). *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(1), 30-45.
- Hasibuan, N. E.-K., Sidabalok, U. F., Afandi, R., & Manurung, M. 2024. Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas Bakal Calon Presiden Dan Wakil Presiden. *Jurnal Terapung : Ilmu - Ilmu Sosial*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.31602/jt.v6i1.13323>
- Hendarto, Y.M., 2023. Survei Kompas: Antara Industri Media dan Kepercayaan Publik. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/02/08/survei-kompas-antara-industri-media-dan-kepercayaan-publik>
- Holliman, R., 2010. *Online media and the sciences*. In Priest, Susanna ed. *Encyclopaedia of Science and Technology Communication*. Newbury Park, CA, USA: Sage. Link(s): <http://www.uk.sagepub.com/refbooksProdDesc.nav?prodId=Book230802>
- Imran, H. A. 2014. *Fenomena Komunikasi Dan Ilmu Komunikasi (telaah Filsafat Ilmu Berbasis Elemen Epistemologi)*. [https://www.semanticscholar.org/paper/FENOMENA-KOMUNIKASI-DAN-ILMU KOMUNIKASI \(TelaahImran/fd55bc43bf5921062f772e543da7a6b584b70164\)](https://www.semanticscholar.org/paper/FENOMENA-KOMUNIKASI-DAN-ILMU-KOMUNIKASI-(TelaahImran/fd55bc43bf5921062f772e543da7a6b584b70164))
- Irawan, R. E. 2014. Popularitas Politikus: Antara Kerja Politik atau Kehebatan Televisi. *Humaniora*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3216>
- Jenkins, H. 2006. *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jumantoro, T. 2001. *Psikologi Dakwah dengan Aspek-Aspek Kejiwaan yang Qur'ani*, Yogyakarta: Amzah.
- Kafie, J. 1993. *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Penerbit Indah.
- Lasswell, H. D. 2006. *The Structure and Function of Communication in Society*.
- Liliweri, A. 1991. *Memahami peran komunikasi massa dalam masyarakat*. Aditya Bakti.

- Khatimah, H. 2018. Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasâmuh*, 16(1), 119-136.
- Manovich, L. 2001. *The Language Of New Media*. Cambridge, MA: MIT Press
- Nathani, D., & Budiono, H. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), Article 4. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13437>
- Mccombs, M. 2018. Agenda-Setting
DOI:10.1002/9781405165518.wbeosa025.pub2.
https://www.researchgate.net/publication/329638328_Agenda-Setting
- McQuail, D. 2003. *Mass Communication Theory 3th Edition*. London: Sage Publication
- MeNair, B. (2019). *Pengantar Komunikasi Politik*. Nusamedia.
- McNair, B. 2011 *An Introduction To Political Communication*, London and New York: Routledge.
- McQuail, D. 2010. *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: Sage Publications
- Moleong, L. J. 1989. *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya.
- Muannas, M., & Mansyur, M. 2024. Pemanfaatan Stasiun Tv Lokal Di Makassar Untuk Iklan Kampanye Calon Anggota Legislatif 2019. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.24252/jdt.v20i2.10613>
- Mustofa, A. 2013. Peran Media Massa sebagai Sarana Iklan Politik Parpol (Kajian Terhadap Kasus Surya Paloh dan Partai Nasdem). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 62–69. <https://doi.org/10.14710/interaksi.2.1.62-69>
- Nida, F.L.K. 2014. *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa*. At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 2(2), 77-95.
- Nimmo, D. 2004. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media, (Terjemahan)*, Bandung: Rosdakarya.
- Ningtyas, I. 2019. *Media Massa sebagai Sarana Komunikasi Efektif*. Penerbit Ilmu Komunikasi.
- Nur, A. 2021. *Pengaruh Media Massa terhadap Pembentukan Pola Pikir*. Pustaka Pelajar.

- Nurhidayati, E. 2017. Pedagogi Konstruktivisme dalam Praksis Pendidikan Indonesia. *Indonesian Journal of Educational Counseling*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.30653/001.201711.2>
- Obot, C. 2013. Mass Media Electioneering Campaign and Uyo (Nigeria) Voters' Decision during 2011 *General Elections*. *Journal of Politics and Law*, 6(1), 173 – 185.
- Pamungkas, S. 2011. *Partai Politik; Teori dan Praktik Di Indonesia*, Yogyakarta, Institute for Democracy and Welfarism.
- Pasallo, F. A. S. 2013. Peran Media Online Dan Media Cetak (Koran) Dalam Meningkatkan Pariwisata Danau Dua Rasa (Labuan Cermin). *Journal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 91–105.
- Piriyasanti, S., & Phuengpha, N. 2024. Mass Media in Social and Political Participation. *Procedia of Social Sciences and Humanities International Conference on Emerging New Media and Social Science*. Sidoarjo : Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
- Poerwadarminta, P. 2020. *Kamus umum Bahasa Indonesia*. https://openlibrary.org/books/OL3775637M/Kamus_umum_Bahasa_Indonesia
- Remoortere, A.V., & Vliegthart, R. 2023. The influence of mass media on the popularity of politicians. Volume 30, Issue 5. <https://doi.org/10.1177/13540688231187964>
- Ruslan, R. 2006. *Metode penelitian: Public relations dan komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Sagala, O., Fitriyah, F., & Astrika, L. 2015. Strategi Kampanye Calon Legislatif Perempuan Menjelang Pemilihan Legislatif 2014 Di Kota Semarang [Journal:eArticle, Diponegoro University]. In *Jurnal Ilmu Pemerintahan Undip* (Vol. 4, Issue 2, pp. 371–392). <https://www.neliti.com/publications/105079/>
- Simarmata, S. 2017. Paralelisme Politik Media dalam Pemberitaan Pemilu 2014 di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 14(2), 149–168. <https://doi.org/10.24002/jik.v14i2.885>
- Slamet, A. 2019. Identitas Politik Dalam Komunikasi Politik Calon Gubernur Jawa Barat Tahun 2018. *LINIMASA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v2i1.1382>

- Sumirat & Suryana. 2014. *Komunikasi Persuasif*. Banten: Universitas Terbuka.
- Suryanata, R., & Budianto, H. 2021. Strategi Kampanye Calon Legislatif Dpr Ri Dalam Meningkatkan Popularitas Akseptabilitas Dan Elektabilitas Pada Pemilu DPR RI (mohamad Saleh Caleg DPR RI Partai Golkar 2019- 2024). *MediaKom : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 11(2), 164–169. <https://doi.org/10.22441/mediakom.v11i2.22256>
- Syawaludin, C. 2024. Strategi komunikasi persuasi marketing dalam menawarkan pinjaman dana pada nasabah perusahaan jasa keuangan di Kabupaten Bogor. *Jurnal Mediakom*, 14(2), 143–153.
- Tamburaka;, A. 2012. *Agenda setting media massa*. Rajawali Pers. [//pustaka.kemdikbud.go.id%2F%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D29321](http://pustaka.kemdikbud.go.id%2F%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D29321)
- Tawaang, F. 2016. REPRESENTASI AKTOR POLITIK DALAM AGENDA MEDIA (Analisis Agenda Setting Terhadap Headline Surat kabar Ibukota). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 20(2), 227 - 240
- Trisliatanto;, D. A. 2020. *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah* (Yogyakarta). Andi. [//e-library.nobel.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D3251](http://e-library.nobel.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D3251)
- Usman, K.S. 2009. *Ekonomi Media Pengantar Konsep dan Aplikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Wahid, U. 2016. *Teori, Konsep, dan aplikasi pada era media baru*. Simbiosis Rekatama Media.
- Wahid, U. 2016. *Komunikasi Politik Teori, Konsep, Dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: Sombiosa Rekatama Media.
- Website DPRD Provinsi Jawa Barat. 2023. Anggota DPRD Provinsi Jawa Barat. Diakses dari <https://dprd.jabarprov.go.id/berita/400/120-anggota-dprd-provinsi-jawa-barat>
- Wiratna, S. 2025. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Teori Dan Aplikasi*, 24
- Yin, R. K. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

- Yunus, M. 2010. *Jenis-Jenis Media Massa dan Perkembangannya di Indonesia*. Alfabeta.
- Yunus, M. 2015. *Pengaruh Elit Politik Terhadap Elektabilitas Calon Anggota Legislatif Partai Demokrat Dapil 2 Pada Pemilu 2014 di Kota Makassar* [Diploma, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. <https://repository.uin-alauddin.ac.id/3742/>
- Yusuf, I.A., 2011. Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah. *JSP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 14(3), 297-316

