

DAFTAR PUSTAKA

- (Analisis, O. D. (2022, Januari). Personal Branding Digital Natives Di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram). *Jurnal Becoss*, 2, 23.
- Abdul, H. (2018). *Politik Local. Aktor, Problem, dan Konflik dalam arus demokratisasi*. Malang: Intrans.
- Armannsdottir, G. C. (2020). Exploring Personal Political Brands of Iceland's Parliamentarians. *Political Marketing*, 2.
- Asri, R. G. (2019). Pengaruh online personal branding tokoh politik terhadap minat pemilih pemula. *Communiverse*, 58.
- Bitu Asrining Wulan, S. B. (2014). Student Perception towards Personal Branding of Political Leaders on Twitter Ahead of Presidential Election 2014. 2-13.
- D., H. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Danim, S. (2002). Menjadi Peneliti Kualitatif: Rancangan Metodologi, Presentasi dan Publikasi Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemuda Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora. *Pustaka Setia*, 14.

- dkk, S. (2021). Strategi personal branding dalam pemenangan pemilu legislatif (studi kasus ir. Ridwan bae di sulawesi tenggara). *Jurnal komunikasi dan kajian media*, 69.
- Firmansyah. (2011). *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Furchan, A. (1992). Pengantar Metode Penelitian Kualitatif. *Usaha Nasional*, 21-22.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Henneberg, N. J. (2002). *The Idea of Political Marketing*. Cambridge: Prager.
- Juditha, C. (2014). Penilaian Masyarakat Sulawesi Selatan Terhadap Kredibilitas Komunikator Politik Calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia. *Pekommas*, 17.
- Kholisdinuka, A. (2022, 10 12). *Wakil Ketua MPR Ajak Kaum Perempuan Semangat Terjun Ke Ranah Politik*. Retrieved from <https://news.detik.com/berita/d-5293397/wakil-ketuampr-ajak-kaum-perempuan-semangat-terjun-keranah-politik>.
- Kusumasari, L. A. (2019). Intervensi Aktor dalam Mempengaruhi Formulasi Kebijakan Lingkungan. *Borneo Administrator*, 189.

- Lidik, S. (2019, Mei Jumat). *Suara lidik*. Retrieved from [suaralidik.com: https://www.suaralidik.com/daftar-anggota-dprd-terpilih-periode-2019-2024-dinanti-keputusan-resmi-kpu-takalar/](https://www.suaralidik.com/daftar-anggota-dprd-terpilih-periode-2019-2024-dinanti-keputusan-resmi-kpu-takalar/)
- Linz, J. J. (1996). *Problems of Democratic Transition and Consolidation*. USA: Johns Hopkins University Press.
- M.Gaffar, J. (2012). *Politik Hukum Pemilu*. Jakarta: Konstitusi Press.
- McNally, D. a. (2009). *A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd*. California: Berrett-Koehler.
- Nursal, A. (2004). *Political Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nursal, A. (2004). *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye, Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- O'cass, A. (1996). Political Marketing and the Marketing Concept. *European Journal of Marketing*, 30, 37.
- Palmer, C. L. (2016). Halo Effects and the Attractiveness Premium in Perceptions of Political Expertise. *American Politics Research*, 44.
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *Lontar*, 16.
- Riadi, M. (2019, September). Membangun Personal Branding.

Shedoya, N. (2002). *Perempuan Di Parlemen: Bukan Sekedar Jumlah*. Jakarta: AMEETPRO.

Sitanggang, H. B. (2016). Strategi Marketing Hary Tanoesoedibjo Dalam Usaha Membangun Personal Branding Politik. *Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan* , 49.

Speak., M. d. (2004). *Be Your Own Brand: A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd*. California: Berrett-Koehler.

Sumaryono, N. F. (2021). "Strategi Personal Branding dalam Pemenangan Pemilu Legislatif (Studi Kasus Ir. Ridwan Bae di Sulawesi Tenggara). *Komunikasi dan Kajian*, 71.

Sumaryono, N. F. (2021). Strategi Personal Branding dalam Pemenangan Pemilu Legislatif (Studi Kasus Ir. Ridwan Bae di Sulawesi Tenggara). *Komunikasi dan Kajian* , 70.

Sumaryono, S. N. (2021). Strategi Personal Branding dalam Pemenangan Pemilu Legislatif (Studi Kasus Ir. Ridwan Bae di Sulawesi Tenggara). *Komunikasi dan Kajian Media* .

Surya, S. D. (n.d.). Personal Branding dalam pemilihan kepala daerah.

Sustiyo Wandu, T. N. (2013, Agustus). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 527.

Sustiyo Wandu, T. N. (2013). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 528.

Syafiq Hasyim. (2001). *Perempuan dalam Fiqih Politik*. Bandung: Mizan.

Tamimy, M. F.-m.-m. (2017). *Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. Visi Media.

Tutik, T. T. (2010). *Konstruksi Hukum Tata Negara Pasca Amandemen UUD 1945*. Jakarta: Prenada Media Group.

Yusuf, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*. PT Interpretama Mandiri.

LAMPIRAN

Dokumentasi wawancara:

1. Bersama Informan Utama Ibu Ir. Husnia Rachman



2. Tim sukses



3. Tim sukses



4. Masyarakat

