

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rijal, “Analisis Data Kualitatif”, *Jurnal Alhamdulillah* 17, no. 33. (Januari-Juni 2018), 84.
- Anang Anas Azhar, *Pencitraan Politik Elektoral: Kajian Politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat* (Yogyakarta: Atap Buku Yogyakarta, 2017), 58.
- Andang Sonjaya dan Budi Rahayu Diningrat, “Relasi Agama dan Politik di Indonesia” *Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial* 5, no. 1 (2023): 21 <https://doi.org/10.51486/jbo.v5i1.82>
- Anwar Arifin, *Politik Pencitraan-Pencitraan Politik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 10.
- Ardianda, A., “Representasi Kecantikan dalam Video Klip Bercahaya (Analisis Semiotika John Fiske dalam Iklan Kosmetik POND’S)”, www.femina.co.id
- Ayurisma, Yesika. 2009. *Representasi Maskulinitas Literatur*. Depok: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia, hal 55
- Ayustia Puspita handayani, “Analisis Semiotika John Fiske pada Iklan Kampanye Pemilu Presiden 2019 Jokowi-Ma’ruf Amin di Televisi”, *Jurnal Semiotika* 15, no. 1 (2021): 2 <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v15i1.2490>
- Cak Rud, “Metode Studi dan Pendekatan Komunikasi Politik” HIMSO diakses dari <https://himso.id/metode-studi-dan-pendekatan-komunikasi-politik/>, pada tanggal 18 Maret 2021
- Catur Nugroho, “Relasi Kuasa Media dan Isu Gender Dalam Program Televisi Di Indonesia”, *ProTVF* 2, no. 2 (2018): 212, <https://doi.org/10.24198/ptvf.vi22.201816>.
- Dedi Harianto. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*. Ghlmia Indonesia. Bogor. 2010, hlm, 38 – 41.
- Elvinaaro Ardianto dan Dindin M. Machfudz, “Efek Kedemarwanan Pebisnis dan CSR”, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011), 107-108.
- Fauziyah D. Puspita dan Nurhayati, “Analisis Semiotika John fiske Mengenai Realitas Bias Gender Pada Iklan Kisah ramadhan Line Versi Adzan Ayah”, *Jurnal Unpad* 2, no. 2 (2018): 23 <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i2.20820>
- Fauziyah D. Puspita dan Nurhayati, “Analisis Semiotika John fiske Mengenai Realitas Bias Gender Pada Iklan Kisah ramadhan Line Versi Adzan

Ayah”, *Jurnal Unpad* 2, no. 2 (2018): 23
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i2.20820>

- Firmanzah, (2012), *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta, Yayasan Obor Indonesia, 288-289.
- Fiske, John. “*Cultural and Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*.” (Yogyakarta: Jalasutra, 2004) 9.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: The Open University, hal. 17
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: The Open University, hal 20
- Jelprison, “Pencitraan Politik HM Rusli Zainal-Bambang Mit Pada Masa Kampanye Pilkada Gubernur Riau Tahun 2008 (Analisis Isi Berita Harian Riau Pos dan Harian Tribun Pekanbaru)”, (Skripsi: Pekanbaru, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), 33.
- Jessica Sophia Alussy Hutabarat, “Pencitraan Politik Partai Solidaritas Indonesia dalam Kampanye Politik (Studi Fenomenologi Dewan Pengurus Pusat Partai Solidaritas Indonesia dalam Melakukan Kampanye Politik)”, (Skripsi: Malang, Universitas Brawijaya, 2018), 49.
- Kasali Rhenald, “Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia” (Jakarta: Pustaka Utama Grafiri, 1955), 35.
- Kheyene Molekandella Boer, “Iklan Partai Politik dan Politik Media”, *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 2 (2014): 298
<http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v13i2.1660>.
- Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), 174.
- Michelle Natasya, “Punya Makna Psikologis, Kemeja Putih Dipakai Juga Untuk Keperluan Berikut”, detikhealth, diakses dari <https://health.detik.com/berita-detik-health/d-475514/punya-makna-psikologis-kemeja-putih> , pada 27 Mei 2024 pukul 22:11 WIB
- Mohammad Zamroni, “*Relasi Kuasa Media Politik (Konsistensi Politik dalam Redaksi Berita Televisi)*”, KENCANA (2022).
- Muammar Kaddafi, “Memahami Citra Politik” *Warta NTB*, diakses dari <https://www.wartantb.com/memahami-citra-politik/2018/1> pada tanggal 15 Januari 2018.

- Muhammad Rijal Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif”, *Humanika* 21, no. 1 (2021): 35 <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 329.
- Musdalifah Dachrud dan Aris Soleman, “Memahami Pencitraan Politik Melalui Pendekatan Mekanisme Pertahanan Diri”, *Potret Pemikiran* 19, no. 2 (2015): 30 <http://dx.doi.org/10.30984/pp.v19i2.730>.
- Nia Zahara Andani, “Jokowi dan Pencitraan Politik Di Surat Kabar harian Kedaulatan Rakyat”, (Skripsi: Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015), 10.
- Nicholas Ryan Adutya dan Icha Rastika, “ Polemik Munculnya Ganjar Di Tayangan Azan Maghrib, Penjelasan PDI-P dan langka KPI-Bawaslu”, *Kompas.com* diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2023/09/11/09360171/polemik-munculnya-ganjar-di-tayangan-azan> pada 11 September 2023 pukul 14:39
- Rahayu Ramadani & Mifda Hilmiyah, “Pembentukan Citra Politik Di Media Sosial Twitter”, *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 9, no. 2 (2019), 263-264 <https://doi.org/10.35905/komunida.v9i2.1126>
- Rudi Triyanto, “Pemasaran dan Iklan Politik”, HIMSO.id, diakses dari <https://himso.id/pemasaran-dan-iklan-politik> pada tanggal 24 juni 2024 pikul 15:00 WIB
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvino. 2017. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif Dan R& D*, (Bandung: Alfabeta 2015),335.
- Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), 211.
- Umi Zuhriyah, “Kampanye Politik, Tujuan, dan Jenis-Jenisnya” tirta.id, diakses dari <https://tirta.id/contoh-kampanye-politik-tujuan-dan-jenis-jenisnya-gQx6> pada tanggal 16 Oktober 2023 pukul 17:12 WIB.
- Vera, Nawiroh. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. 2014

Vera, Representasi Individualisme. Analisis Semiotika John Fiske Dalam Drama Korea School. 2014 <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id> halaman 35

Wilda Hayatun Nufus, “KPI Nyatakan Ganjar Muncul di Azan TV Tak Langgar Aturan”, *DetikNews*, diakses dari <https://news.detik.com/pemilu/d-6930687/kpi-nyatakan-ganjar> pada 14 September 2023 pukul 21.36

Winarni, Rina Wahyu, 2009. Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan. Jakarta: Jurnal Deixis Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta. PGRI, hal 10

Yogi Anugrah, “Pengaruh Iklan Politik Mars Perindo Di Televisi Terhadap Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Analisis Regresi Linear Sederhana Pada Pemilih Pemula Di Kabupaten Depok, Sleman DIY)”, (Skripsi: Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018), 34.