

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku dan Artikel Jurnal:

- Agung, I.M. Masyhuri & Hidayat. (2013). Dinamika Ketidakpercayaan terhadap Politisi: Suatu Pendekatan Psikologi Indigenous. *Jurnal Psikologi*, 9 (1), hlm. 25-30.
- Anggraeni, L. (2012). Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Mahasiswa Pada Mata Kuliah Hubungan Internasional. *Jurnal Media Komunikasi FIS*, 11 (3), hlm. 181-195.
- Arief, E. (2009). "Performance" Pembawa Acara yang Profesional. *Jurnal Bahasa dan Seni*, 10 (1), hlm. 11-16.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arifin, A. (2011). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik (Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Astuti, M. (2016). Konstruksi Sosial Media Terhadap Kekuatan Personal Branding Tri Rismaharini dalam Proses Komunikasi Politik Kontemporer (Analisis Framing Pemberitaan Di Media Online Republika.co.id dan Tempo.com). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1 (1), hlm. 1-20.
- Darmadi, H. (2013). *Dimensi-Dimensi Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Dewi, A.M.L. (2015). Sikap Masyarakat Terhadap Tayangan Acara Talkshow Mario Teguh "The Golden Ways" (Study Pada Pegawai Kantor Kelurahan Loa Bakung). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3 (3), hlm. 93-105.
- Ekadjati, S.E. (2014). *Kebudayaan Sunda Suatu Pendekatan Sejarah*. Bandung: PT Dunia Pustaka Jaya.
- Fatayati, S. (2016). Branding Politik Joko Widodo dalam Pilpres 2014 di Media Online. *Jurnal Tribakti*. 27 (1), hlm. 25-39.
- Gusfa, H. (2010). *Komunikasi dalam Konstruksi Identitas Gender*. Bandung: Unpad Press.
- Gustafian T.H.A. (2014). Strategi Personal Branding Fotografer Hotel Dan Resort. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, hlm. 1-17.

- Halik, A. (2013). *Buku Daras: Komunikasi Massa*. Makassar: Alaudin University Press.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Haryanto, H.C. dkk. (2015). Bagaimanakah Persepsi Keterpercayaan Masyarakat terhadap Elit Politik?, *Jurnal Psikologi*, 42 (3), hlm. 243-259.
- Juditha, C. (2015). Political Marketing dan Media Sosial (Studi Political Marketing Capres RI 2014 melalui Facebook). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. 19 (2), hlm. 225-241.
- Latief, R. & Utud, Y. (2015). *Siaran Televisi Nondrama Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Murniati. (2004). *Getar Gender [Perempuan Indonesia dalam Perspektif Agama, Budaya, dan Keluarga]*. Magelang: IndonesiaTera.
- Mukarom, Z. (2008). Perempuan dan Politik: Studi Komunikasi Politik tentang Keterwakilan Perempuan di Legislatif. *Jurnal Mediator*, 9 (2), hlm. 257-270.
- Moleong, L.J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Narbuko, C. & Achmadi, A. (2007). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Parawansa, K.I. (2002). "Hambatan terhadap Partisipasi Politik Perempuan di Indonesia". dalam *Perempuan di Parlemen: Bukan Sekedar Jumlah*. Jakarta: AMEPRO.
- Rahman, I.Q. (2015). Persepsi Mahasiswa Universitas Telkom Pada Acara Talkshow Di Televisi (Studi Kasus tentang Persepsi Anggota Pers Ikom yang Menjadi Pemirsas Acara Talkshow "Mata Najwa" Episode "Gengsi Berebut Kursi" di Metro TV). *Jurnal e-Proceeding of Management*, 2 (1), hlm. 864-880.
- Rivai, V & Mulyadi, D. (2013). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Robbins, S & Judge, T. (2015). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Saputri, M.E., & Pranata, T.R. (2014). Pengaruh Brand Image terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone. *Jurnal Sositologi*. 13 (3), hlm. 193-201.
- Sarosa, S. (2012). *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*. Jakarta: PT Indeks.

- Satori, D. & Komariah, A. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sururudin. (2012). Leader Sejati: Analisis terhadap Kepemimpinan Opini. *Jurnal Media Akademika*, 27 (3), hlm. 427-442.
- Sujatmiko, I.G. (2014). Keterwakilan Etnis di Politik Nasional: Kasus Etnis Sunda di Republik Indonesia. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 19 (1), hlm. 1-26.
- Susiana, S. (2014). Penurunan Keterwakilan Perempuan dalam Pemilu 2014. *Jurnal Info Singkat P3DI*, 4 (10), hlm. 9-12.
- Stevani & Widayatmoko. (2017). Kepribadian dan Komunikasi Susi Pudjiastuti dalam Membentuk Personal Branding. *Jurnal Komunikasi*. 9 (1), hlm. 65-73.
- Syafi'ie, I.K., dkk. (1999). *Ilmu Administrasi Publik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syaifuddin. (2013). Microblogging Sebagai Pembentuk Personal Branding (Analisis Isi Microblogging Dalam Membentuk Personal Branding Akun Twitter Fahira Idris). *JMA*, 18 (2), hlm. 116-140.
- Tabroni, R. (2012). Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (2), hlm. 105-116.
- Tanuatmadja, Y., Swandi, I.W., & Raditya, A. (2014). Perancangan Branding "Marilyn's Cake" Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*. 1 (4), hlm. 1-12.
- Thoha, M. (2014). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Trisnadewani, J. (2013). Personal Branding melalui Media Televisi (Studi Kasus Empat Tokoh Ilmuan Intelektual sebagai Narasumber di Metro TV). *Jurnal Etnografi*, 13 (1), 1-16.
- Wuryan, S. & Syaifullah. (2014). *Ilmu Kewarganegaraan (Civics)*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Zakbah, dkk. (1997). *Peran Media Massa Lokal bagi Pembinaan dan Pengembangan Budaya Daerah Riau*. Riau: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan,
- Zamroni, M. (2013). Perempuan dalam Kajian Komunikasi Politik dan Gender. *Jurnal Dakwah*, 115 (1), hlm. 103-132.

B. Skripsi, Tesis, Disertasi dan Prosiding:

Affandi, Idrus. (1996). *Kepemimpinan Organisasi Kemasyarakatan Pemuda dalam Pendidikan Politik*. (Disertasi). IKIP Bandung.

Fardiah, D. (2012). Peluang Dan Tantangan Membangun Media Penyiaran Berbasis Kearifan Lokal Di Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Menggagas Pencitraan Berbasis Kearifan Lokal* (hlm. 215-229). Bandung: FIKOM UNISBA.

Kusuma, R.D.A. (2016). *Opini Masyarakat terhadap Pesonal Brand Cawabup di Kabupaten Sidoarjo (Studi Kasus Tan Mei Hwa sebagai Perempuan Muslim Tionghoa dalam Pencalonan Pilkada Kabupaten Sidoarjo 2015)*. (Tesis). Universitas Airlangga, Surabaya.

Sunaikah, L. (2014). *Peran Personal Branding Elit Politik dalam Pembentukan Identitas Partai Politik (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Prabowo dalam Iklan TVC Partai Gerindra)*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

C. Peraturan Perundang-undangan:

Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

D. Sumber Online dan Bentuk Lain:

INews Bandung. (2018). *Dokumen Profil INews Bandung (IMTV)*. Bandung: PT. Indonesia Musik Televisi.

Payung, R.R. (2009). *Laporan Praktek Kerja Lapangan di PT. Indonesia Musik Televisi (IMTV) Bandung*. Bandung: Perpustakaan UNIKOM.

Seftiawan, D. (2017). *Legislator Peraih Penghargaan Terbanyak di Dunia adalah Ceu Popong*. [Online] diakses dari <http://www.pikiran-rakyat.com/nasional/2017/02/10/legislatorperaih-penghargaan-terbanyak-di-dunia-adalah-ceu-popong-393142>,

Sekretariat Jenderal DPR RI. (2016). *Detail Profil Anggota DPR: Popong Otje Djundjunan*. [Online]. Diakses dari <http://www.dpr.go.id/anggota/detail/id/100>

Tanpa Nama. (2015). *Popong Otje Djundjunan*. [Online]. Diakses dari <http://profil.merdeka.com/indonesia/p/popong-otje-djundjunan/>.

Tanpa Nama. (2018). *INews Bandung*. [Online]. Diakses dari <http://tv.inews.id/networks/view/inews-bandung>

Tanpa Nama. (2018). *Popong Otje Djundjunan*. [Online]. Diakses dari <http://wikidpr.org/anggota/5403631742b53eac2f8ef785>