

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DIGITAL PARTAI POLITIK BARU
(STUDI KASUS PADA PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi
Hubungan Masyarakat**



**oleh :
Nursita Sari Anggraeni
1500073**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2020**

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DIGITAL PARTAI POLITIK BARU
(Studi Kasus Pada Partai Solidaritas Indonesia)

oleh

NURSITA SARI ANGGRAENI

NIM 1500073

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Nursita Sari Anggraeni 2020

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang, skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau
sebagian, dengan dicetak ulang, di fotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

NURSITA SARI ANGGRAENI

NIM. 1500073

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DIGITAL PARTAI POLITIK BARU

(Studi Kasus Pada Partai Solidaritas Indonesia)

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Karim Survadi, M.Si.

NIP. 19700814 199402 1 001

Pembimbing II,



Vidi Sukmavadi, S.S., M.Si.

NIP. 19821022 201404 1 001

Mengetahui,

Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, S.S., M.Si.

NIP. 19850717 201404 1 001

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih serta do'a setulusnya kepada semua pihak yang telah membantu selama perjuangan skripsi ini disusun.

1. Prof. Dr. Asep kadorohman, M.Si, selaku pimpinan Universitas Pendidikan Indonesia, juga jajaran pimpinan Universitas yang telah membangun kampus ini menjadi ruang dialogis yang edukatif, ilmiah dan religius.
2. Dr. Agus Mulyana M.Hum., selaku pimpinan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah menjadikan fakultas sebagai tempat untuk mengembangkan ilmu secara multidisiplin serta dinamika pembelajaran yang prima.
3. Dr. Ridwan Effendi, M.Ed., selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi yang tanpa lelah menyalakan api semangat kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk terus mengembangkan keilmuan, serta dukungan moril ketika saya berada di kampus.
4. Prof. Dr. Karim Suryadi, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan pada saat pengerjaan skripsi. Utamanya terkait topik penelitian dalam bidang keilmuan komunikasi politik serta berbagai masukan lainnya.
5. Tito Edy Priandono, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang selalu membimbing saya setiap minggunya untuk dapat merampungkan skripsi ini. Beliau sangat membantu penulis dalam proses penulisan, membantu dalam menganalisis topik skripsi dan banyak pembelajaran lain yang beliau ajarkan selama duduk dibangku perkuliahan.
6. Vidi Sukmayadi, S.S., M.Si. Selaku pembimbing skripsi yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi serta memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Prof Suwatno, Pak Fachrul, Pak Firman, Prof Aty, Bu Heni, Bu Welsi, dan dosen lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sudah mengajarkan banyak ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Bapak Endang selaku staf akademik fakultas dan Pak Gugum selaku staf administrasi departemen yang telah membantu segala proses administrasi akademik, pada masa perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi.
9. Kedua orang tua, Heru Widiyatmoko dan Yulia Irawati yang menjadi sosok paling berjasa di kehidupan penulis. Yang selalu memberikan semangat dan dukungan

terutama dalam menyelesaikan tugas akhir pembuatan skripsi ini. Juga kepada Salsabila Putri Maharani, Vita Restyasari, dan nenek tercinta yang selalu memberikan semangat dan doanya untuk penulis.

10. Seluruh pengurus Partai Solidaritas Indonesia, khususnya kepada Bro Andi Budiman, Bro Sigit, Bro Uki dan Bro Idris yang telah membantu penulis dalam pengambilan data dan senantiasa memberikan kesempatan untuk mempelajari bagaimana bentuk strategi yang dijalankan.
11. Pak Adiyana selaku pakar komunikasi politik dan dosen Universitas Komputer Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bertukar pikiran, berdiskusi terkait topik penelitian skripsi. Dan juga kepada Rizki dan mas Firdha selaku informan pendukung.
12. Sakinah Salma Zahirah, selaku sahabat yang banyak sekali membantu selama masa perkuliahan terutama di bidang akademik dan dalam penyusunan skripsi ini, mulai dari pencarian topik sampai akhir penulisan skripsi.
13. Sahabat-sahabat lain seperti Hajar, Novia, Yerikho, Mariano, Rizki Mulyo, Afif, Adithya Purna, Inggar yang selalu memberikan dukungan dan keceriaan selama masa perkuliahan.
14. Rekan-rekan Ilmu Komunikasi 2015 yang telah berjuang sama-sama dari awal perkuliahan hingga selesai. Juga kepada rekan-rekan Ilmu Komunikasi angkatan 2012-2017
15. Rekan rekan mahasiswa bimbingan Pak Tito, Intan, Yola, Agi, Yuni, Deri, Audina, Kharima, Risa, Tesa, Pugu, Asmara, Aulia yang tidak hentinya memberikan semangat satu sama lain dalam pengerjaan skripsi.
16. Rekan-rekan Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia, terutama Marwa dan Ridha yang banyak memberikan dukungan dan membantu dalam pengambilan data di Jakarta.
17. Sahabat sejak Sekolah Dasar, Risty, Syifa dan Feti yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan inspirasi serta selalu mendengarkan curahan hati untuk menjadi lebih baik lagi.

18. Muhammad Ali Abdurrahman, yang terus memberikan semangat, motivasi dan doanya. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada saya, dilipatgandakan oleh Allah SWT, dan disertai keridhoan-Nya.

Bandung, Agustus 2020

Penulis,

Nursita Sari Anggraeni

1500073

ABSTRAK

Nursita Sari Anggraeni (1500073). **Strategi Komunikasi Politik Digital Partai Politik Baru (Studi Kasus Partai Solidaritas Indonesia)**. Skripsi Departemen Ilmu Komunikasi FPIPS UPI, Bandung (2020).

Media digital merupakan salah satu media komunikasi yang tengah diminati belakangan ini. Sejumlah masyarakat dan organisasi marak menggunakan media digital sebagai wadah untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi dan menyebarkan informasi. Maraknya penggunaan media digital juga dilirik oleh sejumlah partai politik untuk menyampaikan pesan politiknya kepada masyarakat. Banyaknya keuntungan yang didapat dengan penggunaan media digital memberikan sebuah inovasi baru bagi partai politik. Hal tersebut yang dilakukan Partai Solidaritas Indonesia (PSI), sebagai partai politik baru di Indonesia yang mencoba menggunakan media digital sebagai sarana komunikasi politiknya. Penelitian ini akan berfokus kepada strategi komunikasi politik yang dilakukan PSI sebagai partai politik baru guna memasarkan produk dan partainya dalam media digital. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus dengan wawancara mendalam dan untuk pemilihan informan digunakan teknik *purposive sampling*. Informan utama dari penelitian ini adalah pimpinan, pengurus, serta kader partai PSI serta didukung oleh informan pendukung pakar komunikasi politik, khalayak PSI dan juga lawan politik PSI. Pokok penelitian ini akan memaparkan strategi komunikasi politik digital yang dilakukan oleh PSI meliputi strategi pemasaran produk, partai, pendekatan kepada pemilih, parlemen, internal dan juga media. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media digital sangat berpengaruh dalam strategi yang digunakan PSI dalam melakukan komunikasi politiknya

Kata kunci: Strategi komunikasi, media digital, Partai Solidaritas Indonesia

ABSTRACT

Nursita Sari Anggraeni (1500073) Strategies Digital Political Communication of New Political Parties (Case Study of the Indonesian Solidarity Party). Thesis of the Department of Communication Science FPIPS UPI, Bandung (2020)

Digital media is one of the media of communication that is in demand lately. A number of people and organizations are increasingly using digital media as a forum to communicate, obtain information and disseminate information. The rise of the use of digital media is also ogled by a number of political parties to convey their political message to the public. The many benefits gained by the use of digital media provide a new innovation for political parties. This was done by the Indonesian Solidarity Party (PSI), as a new political party in Indonesia who tried to use digital media as a means of political communication. This research will focus on the political communication strategy undertaken by PSI as a new political party to market its products and parties in digital media. The approach used was qualitative with a case study method with in-depth interviews and for the selection of informants a purposive sampling technique was used. The main informants of this study were the leadership, management, and cadres of the PSI party and were supported by informants supporting political communication experts, PSI audiences and also PSI political opponents. The subject of this research will describe the strategy of digital political communication carried out by PSI including product marketing strategies, parties, approaches to voters, parliament, internal and also the media. The results of this study indicate that digital media is very influential in the strategies used by PSI in conducting its political communication.

Keywords: *Communication strategy, digital media, Indonesian Solidarity Party*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	4
ABSTRACT.....	5
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Struktur Organisasi Penulisan Skripsi	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Partai Politik Baru	Error! Bookmark not defined.
2.2 Komunikasi Politik Digital	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Komunikasi Partai Politik Dalam Media Digital	Error! Bookmark not defined.
2.3 Model Strategi Komunikasi Politik Berbagai Ruang Lingkup	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Partai Mencari Kebijakan – Partai Berorientasi pada Produk (<i>Product Oriented Party</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Partai Mencari Jasa – Partai Berorientasi pada Penjualan (<i>Sales Oriented Party</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Partai Mencari Suara – Partai Berorientasi pada Pasar (<i>Market Oriented Party</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.3.4 Ruang Lingkup Parlemen	Error! Bookmark not defined.
2.3.5 Ruang Lingkup Internal.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.6 Ruang Lingkup Pemilihan	Error! Bookmark not defined.
2.3.7 Ruang Lingkup Media	Error! Bookmark not defined.

2.4 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Partisipan	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Fokus Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Wawancara Mendalam	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Analisis Isi	Error! Bookmark not defined.
3.4.3 Studi Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
3.5 Prosedur Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Tahap Persiapan.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Tahap Pelaksanaan	Error! Bookmark not defined.
3.6 Tahap Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Uji Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Triangulasi	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Membercheck	Error! Bookmark not defined.
3.8 Penyusunan Alat Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Penyusunan Kisi-Kisi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Penyusunan Alat Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.8.3 Penyusunan Pedoman Wawancara	Error! Bookmark not defined.
3.8.4 Penyusunan Pertanyaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Tentang Partai Solidaritas Indonesia.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah Singkat Partai Solidaritas Indonesia.....	Error! Bookmark not defined.

4.1.2 Visi dan Misi Partai Solidaritas IndonesiaError! Bookmark not defined.

4.1.3 Logo Partai Solidaritas Indonesia.....Error! Bookmark not defined.

4.1.4 Stuktur Organisasi Partai Solidaritas IndonesiaError! Bookmark not defined.

4.2 Profil Informan Penelitian.....Error! Bookmark not defined.

4.2.1 Profil Informan Penelitian Utama.....Error! Bookmark not defined.

4.2.2 Profil Informan Penelitian Pendukung ..Error! Bookmark not defined.

4.3 Deskripsi Hasil dan Pembahasan PenelitianError! Bookmark not defined.

4.3.1 Hasil Temuan Penelitian.....Error! Bookmark not defined.

4.3.1.1 Tim Manajemen KampanyeError! Bookmark not defined.

1) Partai Berorientasi pada Produk (*Product Oriented Party*)Error! Bookmark not defined.

2) Partai Berorientasi pada Penjualan (*Sales Oriented Party*)Error! Bookmark not defined.

3) Partai Berorientasi pada Pasar (*Market Oriented Party*)Error! Bookmark not defined.

4.3.1.2 Strategi Komunikasi Politik Digital pada Lingkup ParlemenError! Bookmark not defined.

4.3.1.3 Strategi Komunikasi Politik Digital pada Lingkup PemilihanError! Bookmark not defined.

4.3.1.3 Strategi Komunikasi Politik Digital pada Lingkup InternalError! Bookmark not defined.

4.3.1.4 Strategi Komunikasi Politik Digital pada Lingkup MediaError! Bookmark not defined.

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASIError! Bookmark not defined.

5. 1 SimpulanError! Bookmark not defined.

5.1.1 Tim Manajemen KampanyeError! Bookmark not defined.

5.1.2 Strategi Komunikasi Politik Digital pada Ruang Lingkup ParlemenError! Bookmark not defined.

5.1.3 Strategi Komunikasi Politik Digital pada Ruang Lingkup PemilihanError! Bookmark not defined.

5.1.4 Strategi Komunikasi Politik Digital pada Ruang Lingkup InternalError! Bookmark not defined.

5.1.4 Strategi Komunikasi Politik Digital pada Ruang Lingkup MediaError! Bookmark not defined.

5. 2 Implikasi.....Error! Bookmark not defined.

5.2.1 Implikasi Akademis	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Implikasi Praktis	Error! Bookmark not defined.
5. 3 Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
5.3.1 Rekomendasi Akademis	Error! Bookmark not defined.
5.3.1 Rekomendasi Akademis	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	205
LAMPIRAN	206

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Strategi Komunikasi Strömbäck dan Spiro.....	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Kriteria Informan Utama.....	34
Tabel 3. 2 Kriteria Informan Pendukung.....	34
Tabel 3.3 Teknik Analisis Data Studi Kasus.....	38
Tabel 3.4 Matriks Pencarian Data dan Fakta.....	40
Tabel 3.5 Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Stuktur Organisasi PSI.....	77
Tabel 4.2 Temuan Ideologi PSI.....	82
Tabel 4.3 Motivasi PSI Memperjuangkan HAM.....	85
Tabel 4.4 Strategi PSI Memperjuangkan HAM.....	87
Tabel 4.5 Aspek dan Temuan Kesetaraan Gender.....	91
Tabel 4.6 Empat Bidang Perubahan yang akan Berdampak pada Partisipasi.....	95
Tabel 4.7 Strategi PSI Memperjuangkan Kesetaraan Gender.....	97
Tabel 4.8 Motivasi PSI Menyebarkan Kebajikan.....	98
Tabel 4.9 Strategi PSI Menebar Kebajikan.....	100
Tabel 4.10 Proses Pemasaran POP.....	105
Tabel 4.11 Tahapan Penelitian PSI.....	109
Tabel 4.12 Aspek dan Temuan Pesan.....	113
Tabel 4.13 Proses Pemasaran SOP.....	123
Tabel 4.14 Metode Segmentasi Pemilih.....	126
Tabel 4.15 Karakteristik Pemilih PSI.....	128
Tabel 4.16 Proses Pemasaran MOP.....	133
Tabel 4.17 Temuan dan Aspek Pengelompokan Ideologi Koalisi.....	138
Tabel 4.18 Tipologi Partai Politik.....	139
Tabel 4.19 Proses Koalisi PSI.....	148
Tabel 4.20 Proses Strategi Komunikasi Politik Digital PSI.....	149
Tabel 4.21 Temuan Media Komunikasi Politik Digital PSI.....	162

Nursita Sari Anggraeni, 2020

*STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DIGITAL PARTAI POLITIK BARU
(STUDI KASUS PADA PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4.22 Temuan dan Aspek Hambatan Strategi Komunikasi politik Digital PSI.....	168
Tabel 4.23 Proses Strategi Ruang Lingkup Pemilihan.....	172
Tabel 4.24 Indikator dan Temuan Rekrutmen PSI.....	174
Tabel 4.25 Strategi Kaderisasi PSI.....	176
Tabel 4.26 Pesan Politik Kaderisasi PSI.....	183
Tabel 4.27 Proses Strategi Rekrutmen Kaderisasi Digital PSI.....	184
Tabel 4.28 Aspek dan Temuan Dampak Pengaruh Media.....	186
Tabel 4.29 Proses Strategi Komunikasi Politik Digital Lingkup Media.....	192

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PSI.....	76
Gambar 4.2 Infografis Sikap PSI Melawan Intoleransi.....	90
Gambar 4.3 Infografis Sikap PSI Melawan Poligami.....	92
Gambar 4.4 Infografis Protes PSI Terhadap Kemudahan Perempuan dalam Bekerja.....	94
Gambar 4.5 Infografis PSI Keterlibatan Perempuan dalam Politik.....	96
Gambar 4.6 Aksi Demo PSI Dalam Mendesak Pengesahan RUU PK-S.....	98
Gambar 4.7 Artikel PSI Tolak Pin Emas.....	100
Gambar 4.8 Konferensi Pers PSI Tolak Pin Emas.....	101
Gambar 4.9 Video PSI Mengenai Anggaran Pemerintah.....	101
Gambar 4.10 Infografis PSI Melawan Korupsi.....	101
Gambar 4.11 Akun Instagram PSI.....	116
Gambar 4.12 Akun Facebook PSI.....	116
Gambar 4.13 Akun YouTube PSI.....	116
Gambar 4.14 Laman partai PSI.....	116
Gambar 4.15 Akun Twitter PSI.....	116
Gambar 4.16 Video Clip Lagu Ajakan Memilih PSI.....	118
Gambar 4.17 Video Ajakan Memilih PSI.....	118
Gambar 4.18 Foto Ajakan Memilih PSI Dengan Kebijakan PSI.....	118
Gambar 4.19 Cuplikan Iklan PSI.....	120
Gambar 4.20 Aplikasi Solidaritas.....	129
Gambar 4.21 Bio akun Twitter Idris Ahmad dengan mencantumkan nomor telepon pelayanan.....	131
Gambar 4.22 Infografis laporan perjalanan Idris Ahmad dalam melakukan kegiatan sehari-harinya di DPRD DKI Jakarta.....	131
Gambar 4.23 Infografis PSI Mendukung Jokowi.....	141
Gambar 4.24 Infografis PSI Mengkritik DPR.....	146
Gambar 4.25 Nama Akun Twitter Kader PSI yang menolak RKUHP.....	153

Gambar 4.26 Video PSI Tolak RKUHP.....	153
Gambar 4.27 Sapaan PSI di Media Sosial.....	155
Gambar 4.28 Infografis PSI Menangkan Caleg Muda Terbanyak pada Pemilu 2019.....	159
Gambar 4.29 Infografis Rekrutmen Anggota PSI.....	179
Gambar 4.30 Infografis Rekrutmen Calon Legislatif PSI	181
Gambar 4.31 Video Wawancara Rekrutmen Calon Legislatif PSI.....	182
Gambar 4.32 Laman Pendaftaran Relawan PSI.....	183
Gambar 4.33 Pemberitaan PSI terkait penolakan pin emas oleh media Tempo.	188
Gambar 4.34 Pemberitaan PSI Berhasil Memulangkan 14 WNI oleh Media Kompas	190
Gambar 4.35 Unggahan PSI Terkait Berjalan Kaki di Trotoar.....	192
Gambar 4.36 Pemberitaan PSI Mengenai Mobil yang Terdapat di Trotoar Depan Kantor PSI.....	192

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2014). *Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Alwasilah, Chaedar A. (2017). *Pokoknya Kualitatif*. Bandung : Dunia Pustaka Jaya
- Aminuddin, M. Faishal. Moh, Fajar. Shodiq. 2015. Match-All Party: Pragmatisme Politik dan Munculnya Spesies Baru Partai Politik di Indonesia Pasca Pemilu 2009. *Jurnal Politik*, Vol. 1, No. 1, Agustus 2015
- Anshari, Faridhian. 2013. Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal komunikasi*, ISSN 1907-898X Volume 8, No. 1
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik dan Pers Pancasila*. Jakarta: Media Sejahtera
- Arriane, Lely. 2018. Political Communication Model In Indonesian Parliament. *Jurnal Studi Pemerintahan*, 9(1),140-159.
- Barnea, Shlomit & Gideon Rahat. 2010. Out With the Old, in With the ‘‘New’’: What Constitutes a New Party?, *Party Politics*, 17:303. Sage Publications
- Bimber, Bruce. dkk. 2013. Digital media and traditional political participation over time in the U.S.. *Journal of Information Technology & Politics*, 10(2): 125-137.
- Bogdan, & Biklen, K. (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. London: Allyn and Bacon, Inc.
- Bogdan, & Taylor, J. (1975). *Introduction to Qualitative Research Methods*. USA: A Wiley-Interscience Publication.
- Bolin, Niklas. 2007. ‘‘New Party Entrance Analyzing the Impact of Political Institutions’’, *Umeå Working Papers in Political Science*, Department of Political Science, Umeå University, Umeå, Sweden, No. 2
- Bolin, Niklas. 2014. New Party Parliamentary Entry in Western Europe, 1960-2010, *European Journal of Government and Economics*, Volume 3, Number 1.
- Burke, Peter. 2000. *Sejarah Sosial Media*. Jakarta. Penerbit Yayasan Obor Indonesia.
- Castells, M. 2007. Communication, Power and Counterpower in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238–266
- Chandrappa, K. 2014. The Influence of the Media in Politics – Campaigns and Elections. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. Volume 3 Issue 12, December 2014
- Cogburn, Derrick. L. Dkk. 2011. From Networked Nominee to Networked Nation: Examining the Impact of Web 2.0 and Social Media on Political Participation and Civic Engagement in the 2008 Obama Campaign. *Journal of Political Marketing*, 10:189–213

- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. London : Sage Publications.
- Creswell, John W. 2008. *Educational Research. Planing, Conducting, and Evaluating Qualitative & Quantitative Approaches*. London : Sage Publications.
- Creswell, Jhon W. 2009. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. California: SAGE Publications, Inc.
- Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln, (1998). *Startegies of Quealitative Inquiry*. Thousan Oaks: Sage Publications.
- Darlymple. Kajsia. E. Dkk. 2007. Finally Informing the Electorate? How the Internet Got People Thinking about Presidential Politics in 2004. *Pers/Politics* 12(3):96-111
- Elo, Satu. Dkk. 2014. Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *SAGE Open*, 4(1),
- Faturohman, Deden & Wawan Sobari. 2002. *Pengantar Ilmu Politik*. Malang: UMM Pers.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia
- Gennaro, C. D., & Dutton, W. 2006. The Internet and The Public: Online and Offline Political Participation in The United Kingdom. *Parliamentary Affairs*, 59, 299–313.
- Gibson, R., Dkk. 2003, Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: a Comparative Analysis, *Party Politics*, Vol. 9 No. 1, pp. 47-75
- Gibson, Rachel. K. 2013. Party Change, Social Media and the Rise of “Citizen-initiated” Campaigning. *Party Politics*, Vol. 21 (2) 183–197
- Hanafi, Ridho Imawan. 2018. The Emergence and Challenges of New Political Parties In 2019 Election. *Jurnal Penelitian Politik Lipi* Volume 15 No. 2 Desember 2018 197–213
- Hamad, Ibnu. 2005. Memahami Komunikasi Pemasaran Politik. Vol. *Terakreditasi Dirjen Dikti* SK No.56/DIKTI/Kep/2005
- Hasfi, Nurul. 2019. Komunikasi Politik di Era Digital. *Politika* Vol.10, No.1
- Harmel, Robert. 1985. On the Study of New Parties. *International Political Science Review*, Vol 6, No. 4
- Harmel, Robert. dkk. 1985. Formation and Success of New Parties: A Cross-National Analysis, *International Political Science Review*, Vol 6, No. 4
- Hartanto. 2016. Demokrasi Digital Sebuah Tren Baru Globalisasi Sosial Budaya di Indoensia. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Vol: 40, No.51,
- Ignazi, Piero. 1996. The Crisis of Parties and the Rise of New Political Parties, *Party Politics*, Vol. 2. No. 4.

- Jackson, Nigel. 2007. Political Parties, the Internet and the 2005 General Election: Third Time Lucky?. *Internet Research* Vol. 17 No. 3, pp. 249-271
- Jamil, Sadia. 2018. Politics in a Digital Age: The Impact of New Media Technologies on Public Participation and Political Campaign in Pakistan's 2018 Elections – A Case Study of Karachi. *Global Media Journal*. Vol.16 No.31:130
- Johansson, Veronica. 2010. Political Marketing and the 2008 U.S. Presidential Primary Elections. *Thesis Study programme in Master of Science in Marketing Management*. University of Gävle
- Kaid, Lynda Lee. 2015. *Handbook Penelitian Komunikasi Politik*. Nusa Media. Bandung
- Kreiss, D. 2012. Acting in The Public Sphere: The 2008 Obama Campaign's Strategic Use of New Media To Shape Narratives of The Presidential Race. *Research in Social Movements, Conflict and Change*.
- Lucardie, Paul.2000. Prophets, Purifiers and Prolocutors: Towards a Theory on the Emergence of New Parties, *Party Politics*, Vol. 6. No.2
- McQuail & Windahl. 1993. *Communication Models: For the Study of Mass Communication*. New York
- Marijan, Kacung. 2010. *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca-Orde Baru*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Meguid, B. M. 2005.Competition between unequals: the role of mainstream party strategy in niche party success. *American Political Science Review* 99: 347–359.
- Moller, Steffen. Thejil. 2013. Social Media in Traditional Political Party Campaigns: is There a Winning Formula?. *European View* 12:33–39
- Mustaqim, Asrul, dkk. 2006. Hubungan Penggunaan Media dan Partisipasi Politik. *Jurnal IISIP*, Juli 2006, Jakarta, p. 89-106.
- Nasrullah, Ruli 2018. Riset Khalayak Digital Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual di Media Sosial *Jurnal Sosioteknologi* | Vol. 17, No 2
- Neuman, W.R. Dkk. 2010. *The Internet and Four Dimensions of Citizenship*. New York: Oxford University Pers.
- Nielsen, R.K. 2011. Mundane Internet Tools, Mobilizing Practices, and The Coproduction of Citizenship in Political Campaigns. *New Media and Society*, 13 (5), 755–771.
- Nimmo, Dan. 2006. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Terjemahan oleh Jalaluddin Rakhmat. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Norris, Pippa. 2000. *Political Communications and Democratic Politics*, dalam John Bartle and Dylan Griffiths (eds), *Political Communication Transformed: From Morrison to Mandelson*. Basingstoke: Macmillan

- Nuryanti. 2018. Peranan Media Massa dalam Pemilihan Umum di Indonesia. Seminar Nasional *Hukum Universitas Negeri Semarang*. Volume 4 Nomor 3, 1179-1190
- O-Leary, A. 2004. *The Essential Guide Doing Research*. London: SAGE Publications.
- Ormrod, Robert. P. 2011. Limitations and Implications of Product-Oriented, Sales-Oriented and Market-Oriented Political Parties: Evidence for Public Affairs. *Journal of Public Affairs* Volume 11 Number 4 pp 395–405 (2011) Published online 20 October 2011 in Wiley Online Library
- Rachmiate, Atie, dkk 2013. Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik. *Mimbar*, Vol. 29, No. 2. 123-132
- Rasyid, Fauzan Ali. 2009. Kampanye Politik dan Persoalan Bangsa. *MIMBAR*, Vol. XXV, No. 2 (Juli - Desember 2009): 109-118
- Pedersen, Karina. Dkk. 2005. New Technology In Ageing Parties. *Party Politics* Vol 11. No.3 Pp. 359–377
- Poguntke, Thomas. 1987. New Politics and Party Systems: The Emergence of a New Type of Party?, *West European Politics*.
- Romli, Lili. 2011. Reformasi Partai Politik dan Sistem Kepartaian di Indonesia. *Politica* Vol. 2, No. 2, November 2011
- Satori, Djam'an. Dkk. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Semetko, A Holli & Scammell, Margaret. 2016. *Handbook Komunikasi Politik*. Nusa Media. Bandung
- Shahreza, Mirza. 2018. Pengertian Komunikasi Politik. *ResearchGate*
- Shirky, C. 2011. The Political Power of Social Media, *Foreign Affairs*, 90 (1): 28-41.
- Sikk, Allan. 2011. Newness as a Winning Formula for New Political Parties, *Party Politics*, 18, 4
- Soemarno & Rochajat Harun. 2006. *Komunikasi Politik: Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Maju.
- Solihah, Ratnia. 2016. Pengaruh Dinamika Internal Partai Terhadap Strategi Politik Partai Amanat Nasional Pasca Kongres IV Tahun 2015. *Jurnal Wacana Politik - ISSN 2502 – 9185*. Vol. 1, No. 2, 116 - 123
- Stake, Robert E. (2005). *Case Study Methods in Educational Research: Seeking Sweet Water*. In R. M. Jaeger (Ed.) *Complementary methods for research in education*, 2nd Edition (pp, 401-414). American Educational Research Association: Washington, DC.
- Stanberg, Kim. 2008. Online Electoral Competition In Different Settings. *Party Politics*. Vol 14. No.2 pp. 223–244
- Strömbäck, Jesper. 2008. "Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics". *Pers/Politics*. Vol. 13. No. 3. London: Sage Publications.

- Strömbäck, Jesper dkk. 2014. Strategic Political Communication in Election Campaigns. *Research Gate Publications*
- Sumadinata, R. Widya Setiabudi Sumadinata. 2016. Dinamika Koalisi Partai-Partai Politik di Indonesia Menjelang Dan Setelah Pemilihan Presiden Tahun 2014. *Jurnal Wacana Politik* - ISSN 2502 – 9185 Vol. 1, No. 2, 183 - 188
- Susanto, Eko Harry. 2017. Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 Nomor 3, hlm 379-398
- Travits, Margit. 2006. Party System Change Testing a Model of New Party Entry. *Party Politics* Vol 12. No.1 pp. 99–119. SAGE Publications
- Vaccari, Cristian. 2011. A Tale of Two E-Parties: Candidate Laman partais In The 2008 US Presidential Primaries. *Party Politics*. 19(1) 19–40
- Vanderstoep, Scott W. Dkk. 2009. *Research Methods for Everyday Life Blending Qualitative and Quantitative Approaches*. San Francisco: Jossey-Bas
- Vassallo, Francesca & Clyde Wilcox. “Party as a Carrier of Ideas” dalam Richard S Katz. dan William Crotty (Eds.), *Handbook of Party Politics*, London: Sage Publications, 2006.
- Wahyudi, Verry. 2018. Politik Digital di Era Revolusi Industri 4.0 Marketing & Komunikasi Politik. *Politea: Jurnal Politik Islam*. Vol. 1 No. 2 (Jul -Des) 2018, hlm. 149-168
- Wiebe, E. (2009). *Encyclopedia of Case Study Research*. California : SAGE Publications, Inc; 1 edition.
- Yin, Robert K. 2009. *Case study research : design and methods*. California: Sage Publications, Inc.
- Zúñiga, Homero Gil de. Dkk. 2010. Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 7:36–51