

## DAFTAR PUSTAKA

### Daftar Buku:

- Agus widarjono. (2007). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UII.
- Ahmadi, H. Abu.(2004). *Psikologi Belajar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Al-Barry M Dahlan dan A Partanto Pius. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola
- Algifari. (2000). *Analisis Regresi (Teori, Kasus, dan Solusi)*. Yogyakarta: BPFE.
- Ardianto, Elvinaro et al.* 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Aufderhaide, Patricia. 2007.
- Arikunto, Suharsini. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta:PT Rineka Cipta.
- Darmawan, Deni.* 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam.* 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Mascelli, Joseph V. 1965. *The Five C's of Cinematography*, Los Angeles: SilmanJames Press.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

- Mulyana, Deddy. 2013. *Komunikasi Politik Politik Komunikasi: Membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Moekijat. 2002. *Dasar-Dasar Motivasi*. Bandung: CV. Pionir Jaya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Prosedur, Trend, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nimmo, Dan. 1993. *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, terj. Jalaluddin Rakhmat. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Putra, Afdal Makkuraga. 2009. *Etika dan Iklan Politik Dalam Pemilu*. Volume 2 No.3
- Siregar S. 2013. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. 2014. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Sunyoto, Danang (2011). *Riset Bisnis dengan Analisis Jalur SPSS (Cetakan 1)*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Sekaran U. & Bougie R. 2010. *Research Method for Business A Skill Building Approach (5th Edition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Tokan, Thomas. 2016. *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Pranada Media Grup

Venus, Antar. 2012. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Pengantar Jalaludin Rakhmat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Zikmund, William G., et al. 2010. *Business Research Methods (eight editioan)*. South Western, USA: Cengage Learning.

**Internet:**

<https://ahokdjarot.id/kampanye-rakyat/apa-sih-kampanye-rakyat-yuk-cari-tahu-di-sini> (Diakses pada 8 Desember 2016)

<https://pilkada2017.kpu.go.id/pemilih/dpt/DKI%20JAKARTA> (Diakses pada 5 februari 2017)

<https://www.youtube.com/yt/press/id/statistics.html> (Diakses pada 8 Desember 2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=Y6kuG8BvKaA&t=1s> (Diakses pada 15 Februari 2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=83XTUAjmnk> (Diakses pada 15 Februari 2017)

<http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016> (Diakses pada 8 Desember 2016)

**Skripsi:**

Andrianto Suryagani Effendy. 2015. *Kajian Citra Iklan Kampanye Pemilu Legislatif Indonesia 2014*. Telkom University. Bandung.

Diajeng Triastari. 2011. *Persepsi Iklan Politik Pada Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Iklan Politik Kampanye Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilu 2009 di Media Televisi)*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta

Manhati Sari Nastiti. 2013. *Media Kampanye Politik Jokowi Ahok di YouTube (Analisis Semiotik Video Jokowi-Ahok dalam Masa Kampanye Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012)*. Universitas Airlangga. Surabaya

Rizky Arif Rahman. 2015. *Pengaruh Iklan Politik Televisi Terhadap Pilihan Politik Pemilih Pemula di Indonesia*. Telkom University. Bandung

Viviane Tanzaq. 2013. *Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Citra Instansi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta (Survey Terhadap Mahasiswa Komunikasi Pemasaran Universitas Bina Nusantara Angkatan Tahun 2009-2012)*. Binus University. Jakarta

**Jurnal:**

Albert L. May. 2010. *Who Tube? How YouTube's News and Politics Space Is Going Mainstream*. George Washington University, Washington, D.C., Amerika Serikat

Halimatus Sa'diyah. 2012. *Media Online Sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye Politik (Analisis Kemenangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaya Purnama dalam PILGUB DKI Jakarta 2012)*.

James R. Situmorang. 2013. *Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya*. Universitas Parahyangan. Bandung

Junaidi, Fifit Alfiah, Ely Susanti, Juita Kristinna, Olga Riski Ardiansyah, Dhimas Pradipta dan Wulaningsih. 2015. *Manfaat Menganalisis Pengaruh Sosial Media Facebook Terhadap Kampanye Partai Politik di Indonesia*. STMIK Amikom. Yogyakarta

Joon Soo Lim & Guy J. Golan. *Social Media Activism in Response to the Influence of Political Parody Videos on YouTube*. New York

John C. Bertot, Paul T. Jaeger & Justin M. Grimes. 2010. *Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and*

*anti-corruption tools for societies*. University Of Maryland. Amerika Serikat

Marissa Marlein Fenyapwain. 2013. *Pengaruh Iklan Politik Dalam Pemilukada Minahasa Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di Desa Tounelet Kecamatan Kakas*. Universitas Sam Ratulangi. Medan

Melissa Wall & Sahar El Zahed. 2011. *“I’ll Be Waiting for You Guys” : A YouTube Call to Action in the Egyptian Revolution*. California

Nadia Riyastika. 2014. *Analisis Penggunaan Youtube Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Sebagai Sarana Transparansi Komunikasi Ditinjau Dari Sudut Pandang Political PR*. Universitas Indonesia. Depok

Robin Effing, Jos Van Hillegersberg & Theo Huibers. 2011. *Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?*. University of Twente EnschedeThe Netherlands. Belanda