

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Rizki Ramadhani. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital melalui Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus pada Brand Lokal). *Universitas Padjadjaran*.
<https://repository.unpad.ac.id/server/api/core/bitstreams/e585673f-9d2f-4288-800a-dcfba9d96fbb/content>
- Agus M.Hardjana. (2016). *Hambatan Komunikasi: Tantangan dalam Menyampaikan Pesan Secara Efektif*. Jurnal Post. <https://jurnalpost.com/read/hambatan-komunikasi-tantangan-dalam-menyampaikan-pesan-secara-efektif/12610/>
- Ahmad Sahroni, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, & Anindita Lintangdesi Afriani. (2019). POLITIK TANPA MAHAR”: SEMIOTIKA JARGON KOMUNIKASI PARTAI NASIONAL DEMOKRAT DI ERA DEMOKRASI BIAYA TINGGI. *Jurnal SEMIOTIKA*.
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/viewFile/1938/1581>
- Bado, B. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik (atau dalam beberapa sitasi disebut: Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah). *Universitas Negeri Makassar (UNM)*.
<https://eprints.unm.ac.id/32293/1/EBOOK%20BUKU%20METODE%20PENELITIAN.pdf>
- David Kurniawan. (2017). Komunikasi Kesehatan Pengobatan Tradisional (Kajian Fenomenologi Pengobatan Pasien Beretnis Melayu Oleh Sinshe Di Glodok

- Jakarta). *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta*, 60–61.
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2742/4/BAB%20III.pdf>
- Ganda Bramantyo Adhi Kusuma. (2024). Pendekatan Etnis Dalam Komunikasi Politik Pileg 2024 Kabupaten Pasuruan (Studi Etnografi pada Andri Wahyudi Caleg Dapil 6 Kabupaten Pasuruan). *Universitas Muhammadiyah Malang*.
<https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/14208/3/BAB%202.pdf>
- Komisi Pemilihan Umum. (2024). PENETAPAN PEROLEHAN KURSI PARTAI POLITIK DAN CALON TERPILIH ANGGOTA DPRD KOTA BANDUNG DALAM PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024. *KPU KOTA BANDUNG*.
<https://kota-bandung.kpu.go.id/blog/read/penetapan-perolehan-kursi-partai-politik-dan-calon-terpilih-anggota-dprd-kota-bandung-dalam-pemilihan-umum-tahun-2024>
- Komisi Pemilihan Umum. (2025). Hasil Rekapitulasi Suara Pilwalkot Bandung Tahun 2024. *KPU KOTA BANDUNG*. <https://kota-bandung.kpu.go.id/blog/read/hasil-rekapitulasi-suara-pilwalkot-bandung-tahun-2024>
- Lesthari Sembiring. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen di Durian Sitepu Medan. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Di Durian Sitepu Medan*.
<http://portaluniversitasquality.ac.id:55555/2336/4/BAB%20II%20TINJAUAN%20PUSTAKA..pdf>
- Metro Tv. (2025). *[HEADLINE NEWS, 20/07] Sinergitas NasDem dan Walikota Bandung* [Broadcast]. <https://youtu.be/ATd9pCq6Bqo?si=ORLfPcxFosDf8fZc>

- Oky Oktaviani Pane, Apriliana Lase, & MA. (2024). KOMUNIKASI MULTIKULTURALISME DI ERA GLOBALISASI. *Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik*. file:///D:/Jurnal+Oky+Pane.pdf
- Shalli Irda. (2025). 2025 Jadi Momentum DPR RI Percepat Transformasi Merespons Kritik Publik Baca artikel detiknews, “2025 Jadi Momentum DPR RI Percepat Transformasi Merespons Kritik Publik.” *Detiknews*. <https://news.detik.com/berita/d-8243543/2025-jadi-momentum-dpr-ri-percepat-transformasi-merespons-kritik-publik>
- Sikula Andrew. (2017). *Hambatan Komunikasi: Tantangan dalam Menyampaikan Pesan Secara Efektif*. JurnalPost. <https://jurnalpost.com/read/hambatan-komunikasi-tantangan-dalam-menyampaikan-pesan-secara-efektif/12610/>
- suparman. (2025). Isu Video Ahmad Sahroni dan Nafa Urbach Jadi Perbincangan, Ini Klarifikasi Terbaru. *Bicarabai.Id*. <https://bicarabaik.jawapos.com/entertainment/366582701/isu-video-ahmad-sahroni-dan-nafa-urbach-jadi-perbincangan-ini-klarifikasi-terbaru>
- Una Sekaran, & Roger Bougie. (2016). *Research Methods for Business*. https://digilib.politeknik-pratama.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_f006f52b62a646e28c8c7870aa1112fbcd0c49ca_1650455622.pdf
- Wikipedia. (2024). koalisi perubahan. *Wikipedia*.

Wikipedia Ensiklopedia Bebas. (2024). *Pemilihan umum Presiden Indonesia 2024*.

Wikipedia

Ensiklopedia

Bebas.

https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Presiden_Indonesia_2024#