

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda. 2020. Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. Jurnal Advis 1(1): 1-135.
- Annur, C. 2023, 23 Februari. Pengguna Twitter di Indonesia Capai 24 Juta Hingga Awal 2023, Peringkat Berapa di Dunia?. Diakses pada 29 Agustus 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-24-juta-hingga-awal-2023-peringkat-berapa-di-dunia>
- Annur, C. 2023, 24 Juli. Survei Indikator: Prabowo Unggul di Kalangan Pemilih Gen Z, Milenial, dan Baby Boomers. Diakses pada 1 September 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/24/survei-indikator-prabowo-unggul-di-kalangan-pemilih-gen-z-milenial-dan-baby-boomers>
- Ardianto, E., dan Soleh Soemirat. 2004. Dasar-Dasar Public Relations. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Arikunto, S. 2000. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta, Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2009. Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi. Rajawali Pres, Jakarta.
- Denzin and Lincoln. 2018. Handbook of Qualitative Research. Sage Publication, California.

- Emeraldien, F, Z., Rifan, Jefri Sunarsono & Ronggo Alit. 2019. "Twitter Sebagai Platform Komunikasi Politik di Indonesia". 21-30.
- Eriyanto. 2002. Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. PT LKiS Printing Cemerlang, Yogyakarta.
- Firmanzah. 2008. Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas. Yayasan Obor Indonesia: Jakarta.
- Iriati, E. 2017. Dampak Ketergantungan Media Sosial pada Kalangan Dystopian dan Utopian. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1 No. 1 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Januari-Juni 2017.
- Judhita, C & Josep, J., Darmawan. 2018. "Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial". 1-17.
- Laras, A., Triyono Lukmantoro, Adi Nugroho. 2022. "Interaktivitas Dalam Cuitan Akun Twitter Partai Politik @Gerindra Pada Kasus Pemerksaan "Semua Kembali Lagi Pada Keluarga Korba". 1-12.
- Liu and Shrum. 2002. What is Interactivity and is it Always Such a Good Thing? Implication of Definition, Person, and Situation for the Influence of Interactivity on Advertising Effectiveness. Journal of Advertising 31(4).
- Nenden, A. 2021. Gaya Komunikasi Politik Twitter Partai Gerindra. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi 5(2): 105-113.

Satria, Fadlani. 2021, 29 Desember. Media Sosial Sebagai Wadah Komunikasi Politik. Diakses pada 2 September 2023, dari <https://www.kompasiana.com/fadhlanis/61cc24d29bdc405942684002/media-sosial-sebagai-wadah-komunikasi-politik>

Septiyani, Natasya. 2023. Interaktivitas Akun Twitter @Gerindra Sebagai Media Komunikasi Politik. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said, Surakarta.

Surbakti, R., Herfan, D., & Fajar, A. 2010. Memahami Ilmu Politik. PT. Grasindo.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D. Alfabeta, Bandung.

Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Rosda Karya, Bandung.

Thomas Ruggiero. 2000. Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. Mass Communication and Society 3(1).

Widi, Shilvina. 2023, 3 Februari. Pengguna Media Sosial di Indoensia Sebanyak 167 Juta pada 2023. Diakses pada 1 September 2023, dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Zumri, Sulthony. 2014. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Pembentukan Citra Wisata Budaya Berastagi Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara. Jurnal Manajemen & Bisnis 14(02): 116.