

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Arifin, A. (2003). *Komunikasi Politik, Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi & Komunikasi Politik Indonesia*. Balai Pustaka.
- Arigi, F. (2023, Agustus 9). *Menggoda Pemilih Muda*. BandungBergerak. <https://Bandungbergerak.Id/Article/Detail/158616/Menggoda-Pemilih-Muda>.
- Arofah, K. (2015). Youtube Sebagai Media Klarifikasi dan Pernyataan Tokoh Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 111–123.
- Asyabani, M. A. (2023, Juli 25). *Lagu “PAN PAN PAN” sebagai Bentuk Sonic Branding dan Strategi Kampanye Politik*. Kumparan. <https://Kumparan.Com/Polinsight-Indonesia/Lagu-Pan-Pan-Pan-Sebagai-Bentuk-Sonic-Branding-Dan-Strategi-Kampanye-Politik-20qOeukHtDE>.
- Azwar. (2017). Industri Televisi dan Wajah Buram Politik Indonesia. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(2), 10–17.
- Azwar. (2022). Perubahan Paradigma Penelitian Ilmu Komunikasi (Dari Paradigma Klasik Marxisme - Hegelian Menuju Paradigma Kritis Mazhab Frankfurt). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 237–246.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi Edisi Revisi*. RajaGrafindo Persada.
- CNN Indonesia. (2023, Agustus 21). *Daftar Artis dan Selebritas Maju Caleg 2024*. <https://Www.Cnnindonesia.Com/Nasional/20230821062342-620-988289/Infografis-Daftar-Artis-Dan-Selebritas-Maju-Caleg-2024>.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches (4th Ed)*. Sage Publications.
- Fahmi, F. A. R., & Rochmaniah, A. (2023). Analisis Resepsi Pemilih Pemula terhadap Akun Instagram Ganjar Pranowo sebagai Edukasi Politik. *Jurnal Umsida*, 1(1), 11–20.
- Fales, S. (2018). Fungsi Partai Politik Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Ditinjau Dari Hukum Positif. *Al-Himarrah: Jurnal Pemerintahan Dan Politik Islam*, 3(2), 199–210.
- Fathurochman, N. Y., & Tutiasri, R. P. (2023). Penerimaan Generasi Z terhadap Polarisasi Politik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6837–6845.
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies.

- Hantoro, J. (2023, Agustus 29). *Zulhas Sebut PAN Bertransformasi Jadi Partai Anak Muda*. Tempo. <https://Nasional.Tempo.Co/Read/1765529/Zulhas-Sebut-Pan-Bertransformasi-Jadi-Partai-Anak-Muda>.
- Haris, S. (2013, April 29). *Caleg artis, so what?* Sindo. <https://Nasional.Sindonews.Com/Berita/743000/18/Caleg-Artis-so-What>.
- Hartanto, A. (2021). Makna Tanda dalam Iklan Politik Pemilihan Presiden Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 6(1), 43–50.
- Hartanto, L. C. (2020). Studi Resepsi Mahasiswa Universitas Mahasiswa Ciputra Terhadap Citra Jokowi Dalam Video Si Manis Jembatan Ancur. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, 14(7), 2873–2881.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM.
- Hayati, N. N. (2021). Komunikasi Politik Inklusif Muhammadiyah: Analisis Teks Pesan Komunikasi Muhammadiyah Pada Pemilihan Umum Serentak 2019. *Jurnal Maarif*, 16(1), 141–161.
- Hegarty, E., Campbell, C., Grammatopoulos, E., DiBiase, A. T., Sherriff, M., & Cobourne, M. T. (2017). YouTube™ as an information resource for orthognathic surgery. *Journal of Orthodontics*, 44(2), 90–96.
- Hidayat, R. (2015). Iklan Politik dan Minat Memilih (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Iklan Politik Televisi Terhadap Minat Memilih Mahasiswa IKM Pascasarjana FISIPOL UGM). *Jurnal Administrasi 'ta*, 6(1), 49–58.
- Kertayasa, I. P. A. N., Gelgel, N. M. R. A., & Pradipta, A. D. (2017). Analisis Terpaan Iklan Partai Politik Di Televisi Pada Pemilih Pemula Di Kota Denpasar Dalam Pemilu Legislatif 2014. *Jurnal Medium*, 1(1), 1–15.
- Kustiawan, W., Ramadhani, K. R., Damanik, S. V., & Muharramsyah, A. (2022). Pengaruh Iklan Politik dalam Mengambil Aspirasi Rakyat. *Sibatik Journal*, 1(8), 1371–1380.
- Mailasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel the Color. *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8.
- Malvi, A. (2014). *Representasi Citra Politik Dalam Iklan Hanura WIN-HT Bersih Peduli Tegas Di RCTI*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. Routledge.
- Miles, M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.

- Oktayusita, S. H., Suparno, B. A., & Rochayanti, C. (2020). Reception Analysis of Millennials Generation to Ads in Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 125.
- Oubaha, D., & Amzaourou, O. (2017). Audience Reception Analysis of Public Service Television News in Morocco. *International Journal of Advanced Research*, 5(11), 457–469.
- Priyadi, C. (2018). Konstruksi Pemaknaan Iklan Politik Pasangan Ahok-Djarot di Televisi Pada Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 31–44.
- Qulub, A. S., Sudaryanto, E., & Ayodya, B. P. (2022). Analisis Persepsi Masyarakat pada Komunikasi Politik Puan Maharani (Baliho Jaga Iman, Jaga Imun, Insyallah Aman, Amin). *Seminar Nasional Hasil Skripsi FISIP UNTAG Surabaya*, 397–401.
- Rachmad, A. D., & Bhakti, A. D. P. (2023). Analisis Resepsi Imperialisme Budaya Dalam Film Seri Korea. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 56–68.
- Rahayu, K. Y. (2023, Agustus 5). *Beramai-ramai Bernyanyi dan Berjoget di Panggung Politik*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/08/05/Beramai-Ramai-Beranyanyi-Dan-Berjoget-Di-Panggung-Politik>.
- Ramadhan, F. M. (2023, Juli 4). *KPU Tetapkan DPT Pemilu 2024 dengan rincian 52 Persen Pemilih Muda*. Tempo. <https://grafis.tempo.co/read/3355/kpu-tetapkan-dpt-pemilu-2024-dengan-rincian-52-persen-pemilih-muda>.
- Ristyawati, A. (2019). Penguatan Partai Politik sebagai Salah Satu Bentuk Pengadministrasian dan Pelembagaan Demokrasi. *Administrative Law & Governance Journal*, 2(4), 710–720.
- Sani, A. F. I. (2023, Oktober 5). *Lagu PAN PAN PAN di Medsos dan TV Dinilai Melanggar, Bawaslu DKI Gelar Sidang*. Tempo. <https://metro.tempo.co/read/1780336/lagu-pan-pan-pan-di-medsos-dan-tv-dinilai-melanggar-bawaslu-dki-gelar-sidang>.
- Santoso, S. (2020). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 141–154.
- Saputra, M. I., Fajar, D. P., & Fikri, M. (2019). Penerimaan Khalayak Pada Kampanye Audio Visual: Analisis Resepsi Iklan Anies-Sandi Pilgub Jakarta 2017. *Jurnal Nomosleca*, 5(2), 96–105.
- Sari, M. K., & Abdullah, S. I. (2022). Analisis Resepsi Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Unisba terhadap Video “Mendebat Si Pawang Hujan.” *Jurnal Ekspresi Dan Persepsi*, 5(2), 275–285.

- Sari, N. P. I. A. I. P., & Marhaeni, A. A. I. N. (2015). Pengaruh Modal Kerja, Jumlah Tujuan Negara, Jumlah Tenaga Kerja dan Kurs Dollar Amerika Terhadap Nilai Ekspor Kerajinan Bali Di Pasar Internasional. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 4(8), 999–1017.
- Sophia, U., & Noviwintarti, N. (2019). Pemetaan Media Massa dan Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Politik pada Pilkada Kota Tanjung Pinang 2018. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 184–201.
- Suhartono. (2009). Tingkat Kesadaran Politik Pemilih Pemula dalam Pilkada. *Jurnal Civicius*, 9(2).
- Tan, S., & Aladdin, Y. A. (2018). Analisis Resepsi Pembaca TribunNews.com dari Kalangan Mahasiswa/i Universitas Indonesia Terhadap Insiden “Kartu Kuning” Ketua BEM UI. *Jurnal Semiotika*, 12(1), 62–72.
- Tinarbuko, S. (2009). *Iklan Politik Dalam Realitas Media*. Jalasutra.
- Triwardani, R., & Wiendijarti, I. (2016). Reception Analysis of Beginner Voter toward the Political Party Advertising of the Winning in the Election 2014. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(10), 779–784.
- Tualeka, I. (2023, Juni 12). *Iklan Sampah Politisi*. Kompas. <https://Nasional.Kompas.Com/Read/2023/06/12/06000061/Iklan-Sampah-Politisi>.
- Ulfa, K., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). The Campaign Strategy of 2019 Presidential and Vice-Presidential Elections on Social Media. *Jurnal Society*, 8(2), 284–297.
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep Dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Simbiosis Rekatama Media.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.