

DAFTAR PUSTAKA

- Aradhana, S. L. (2024). Analisis Resepsi Generasi Z terhadap Janji Politik pada Iklan Politik Pasangan Calon 02 Presiden RI 2024 (Studi pada Iklan Politik Berjudul “Oke Gas 2” Di Youtube). *Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur*.
- Aritonang, A. I. (2019). The Beginner Voters in The Thick of Attack on Political Advertising. (*Proceedings of the 1st Annual International Conference on Social Sciences and Humanities (AICOSH 2019)*).
- Ayu, T. (2023, Juli 2). *Tetapkan DPT Pemilu 2024, KPU RI: 52 Persen Pemilih Muda*. Diakses pada 24 Oktober 2024 melalui Tempo.co: <https://pemilu.tempo.co/read/1743587/tetapkan-dpt-pemilu-2024-kpu-ri-52-persen-pemilih-muda>
- Briandana, R., & Azmawati, A. A. (2020). New media audience and gender perspective: A reception analysis of millenials interpretation. *International Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 6(1), 58-63.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cozby, P. C. (2009). *Methods in Behavioral Research. Edisi ke-9*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W., & Miller, D. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory Into Practice*, 39(3), 124.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K., & Yvonna, S. L. (2010). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dirgantara, A., & Setuningsih, N. (2023, November 06). *Daftar Lengkap 270 Orang di Tim Kampanye Nasional Prabowo-Gibran*. Diakses pada 23 September 2024 melalui Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2023/11/06/17163741/daftar-lengkap-270-orang-di-tim-kampanye-nasional-prabowo-gibran>.
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 di Klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26–37.
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 118–132. <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.6675>

- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film *Get Out*). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127-134.
- Gürkan, H., & Serttaş, A. (2023). Beauty Standard Perception of Women: A Reception Study Based on Foucault's Truth Relations and Truth Games. *Information & Media*, 96, 21-39. <https://doi.org/10.15388/Im.2023.96.64>.
- Guervitch, M., *et al.* (2009). Political Communication—Old and New Media Relationships. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1): 164—181.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79*.
- Haris, F., & Azwar, A. (2024). Analisis Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 terhadap Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional (PAN). *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 139-158. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.957>
- Haryoko, S., *et al.* (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Heryanto & Shulhan. (2013). *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Hikmat, M. M. (2019). *Komunikasi Politik Dalam Pilkada Langsung Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset
- Indriasari, R. (2024). *Komunikasi Politik Pemerintahan*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Kencana, W. H., & Meisyanti. (2019). Kreativitas Digital Dalam Political Marketing Woro. *Proceeding COMNEWS*: 115–29
- KISP & Muda bicara, (2024, Februari 11). *Melihat Belanja Iklan Media Sosial*. Diakses pada 21 September 2024 melalui [mudabicara.id](https://www.mudabicara.id): <https://www.mudabicara.id/wp-content/uploads/2024/02/KAJIAN-KISP-Belanja-Iklan-Masa-Kampanye2.pdf>
- Komara, I. (2023, September 13). Puluhan Juta Gen Z Bakal Nyoblos di 2024, Seberapa Besar Efeknya?. Diakses pada 24 Oktober 2024 melalui detikNews: <https://news.detik.com/pemilu/d-6928759/puluhan-juta-gen-z-bakal-nyoblos-di-2024-seberapa-besar-efeknya>
- Kosasih, H., & Setianingrum, V. M. (2023). Resepsi Khalayak Terhadap Nilai Kritik Sosial Dalam Film Mencuri Raden Saleh. *The Commercium*, 7(1), 135-144.

- Kustiawan, W., *et al.* (2022). Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(8), 1371-1380.
- Majid, N. (2023). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 53-61.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extentions of Man*.
- Miles, M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- Moekahar, F., Ayuningtyas, F., & Hardianti, F. (2022). Social Media Political Campaign Model of Local Elections in Pelalawan Regency Riau. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(2), 242. <https://doi.org/10.24198/jkk.v10i2.41680>
- Mulya, P. F. (2024, Januari 16). "Oke Gas Prabowo Gibran" resmi jadi lagu kampanye Prabowo-Gibran. Diakses pada 25 September 2024 melalui Antara: <https://www.antaraneews.com/berita/3917637/oke-gas-prabowo-gibran-resmi-jadi-lagu-kampanye-prabowo-gibran>
- Oktayusita, S. H., *et al.* (2020). Reception Analysis of Millennials Generation to Ads in Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 125-132.
- Permadi, D., *et al.* (2024). Analisis Semiotik Iklan Politik Prabowo Gibran Pada Pilpres 2024. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 10(1), 45-55.
- Pradana, I. P. (2024). Efektivitas Iklan Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Warga Negara. *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 4(4), 117–122. <https://doi.org/10.56393/decive.v4i4.2078>
- Pureklolon, T. P. (2016). *Komunikasi politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Putra, A. M., (2011). Media Baru dan Fenomena Komunikasi Politik pada Pemilukada di Propinsi Banten 2011. *Jurnal UMN*, 3(2): 23—24.
- Qulub, A. S., *et al.* (2022, August). Analisis Persepsi Masyarakat Pada Komunikasi Politik Puan Maharani (Baliho Jaga Iman, Jaga Imun, Insyah Allah Aman, Amin). In *Seminar Nasional Hasil Skripsi* (Vol. 1, No. 01, pp. 397-401).
- Rahayu, Y. K., (2024, Maret 20). *Hasil Pemilu 2024: Prabowo-Gibran Menang Satu Putaran*. Diakses pada 20 Oktober 2024 melalui Kompas.id : <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2024/03/20/hasil-pemilu-2024-prabowo-gibran-menang-satu-putaran>
- Riaz, S., (2010). Effects on New Media Technologies on Political Communication. *Journal of Political Studies*, 1(2): 161—173.

- Richard Jersey. (2024, Januari 15). *Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas* [Video]. Youtube: <https://youtu.be/jwYRwOj9RdA?si=x1sUY9GJttvYMf9D>
- Rossmann, G., & Rallis, S.E. (2012). *Learning in the field : An introduction to qualitative research (edisi ke-3)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Russmann, U. (2022). Social media as strategic campaign tool: Austrian political parties' use of social media over time. *Electoral campaigns, media, and the new world of digital politics*, 263-282.
- Saputra, M. I., *et al.* (2019). Penerimaan khalayak pada kampanye audio visual: Analisis resepsi iklan Anies-Sandi PILGUB Jakarta 2017. *Jurnal Nomosleca*, 5(2).
- Setiawan, B., (2024, Februari 15). *Prabowo-Gibran Unggul di Semua Gugus Pulau*. Diakses pada 22 September 2024 melalui Kompas.id <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/02/15/prabowo-gibran-unggul-di-semua-gugus-pulau>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tesch, R. (1990). *Qualitative research : Analysis types and software tools*. New York: Falmer.
- Tyali, S. M., & Mukhudwana, R. F. (2020). Discourses on political advertising in South Africa: A social media reception analysis. *Social Media and Elections in Africa, Volume 2: Challenges and Opportunities*, 245-269.
- Wardhani, P. S. N., & Sukma, P. (2018). Partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilihan umum. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57-62. <https://doi.org/10.24114/jupii.v10i1.8407.g9060>
- We Are Social. (2024). *Indonesia Digital Report 2024*. Diakses pada 03 Oktober 2024 melalui: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>.
- Wirawan, A. N., & Munjid, A. (2022) Prevailing American Democracy Within African-American Literature Of Amanda Gorman's The Hill We Climb: Stuart Hall's Audience Reception Analysis. *Rubikon: Journal of Transnational American Studies*, 9(1), 1-17.