

DAFTAR PUSTAKA

- Agresti, A. (2018). *Statistical methods for the social sciences* (5th ed.). Pearson.
- Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton University Press.
- Anggraini, D., Ariesta, A. W., & Wuryanta, A. E. W. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden Ri 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1-12.
- Arpandi, A. (2023). Media Online dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilihan Umum (Pemilu). *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 843-855.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Laporan Survei Internet APJII 2024: Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Astuti, D. P. (2024). Pengaruh penggunaan konten satire @politicaljokesid terhadap persepsi Generasi Z tentang pergantian koalisi partai politik Pemilu 2024 (Skripsi Sarjana, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta). Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Babbie, E. (2014). *The basics of social research* (6th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Jumlah dan persentase penduduk menurut kelompok generasi, 2020. Sensus Penduduk 2020. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- Barrot, J. S. (2022). Social media as a language learning environment: a systematic review of the literature (2008-2019). *Computer assisted language learning*, 35(9), 2534-2562.

Beriansyah, A., & Qibtiyah, M. (2023). Instagram and Political Literacy Generation Z. *Bhineka Tunggal Ika; Kajian Teori dan Praktik Pendidikan PKN*, 10(1), 134-149.

Bryman, A., & Bell, E. (2019). *Business research methods* (5th ed.). Oxford University Press.

Burhanudin. (2022). Studi atas pengaruh tingkat kesadaran politik mahasiswa terhadap partisipasi politik dalam pemilu 2019 (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id>

Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z expectations for effective onboarding. *Journal of Organizational Change Management*, 33(7), 1277-1296.

Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal komunikasi dan kajian media*, 4(2), 84-105.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.

Databoks. (2024, September 24). Media sosial favorit Gen Z dan milenial Indonesia.

Katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>

Evita, N. (2023). Generasi Z Dalam Pemilu: Pola Bermedia Generasi Z Dalam Pencarian Informasi Politik. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 5(1), 47-66.

Gaidhani, S., Arora, L., & Sharma, B. K. (2019). Understanding the attitude of generation Z towards workplace. *International Journal of Management, Technology and Engineering*, 9(1), 2804-2812.

Hana, A. F., Wulandari, S. H., Hasan, B. M., & Fantini, E. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Perilaku Komunikasi Secara Langsung Pada Generasi Z Di Jakarta Selatan. *DISCOURSE: Indonesian Journal of Social Studies and Education*, 1(1), 8-16.

Haris, A., Aksa, Y. A. D., & Prastyo, A. B. (2023). The influence of social media Instagram on Generation Z's political participation (Study on @pinterpolitik). Semantic Scholar.
<https://pdfs.semanticscholar.org/368f/eecff8fdcea2f695c47e3f40ba54c23d7a54.pdf>

IDN Times. (2024). Indonesia Gen Z Report 2024. IDN Media.
<https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>

Johnson, J. B., Reynolds, H. T., & Mycoff, J. D. (2016). *Political science research methods* (8th ed.). CQ Press.

Makarawung, Y. A., Wulandari, Y. F., & Himawan, S. (2024). Analisis Konten TikTok Dalam Komunikasi Politik Capres-Cawapres di Pemilu 2024 untuk Generasi Z: Pendekatan Teori Media Baru dalam Menganalisis Konten Tiktok. *Brand Communication*, 3(4), 320-336.

Maulana, Y., Mu'arifah, A., & Nanda, S. E. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ PINTERPOLITIK TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK GENERASI Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 48-58.

NapoleonCat. (2025, January). Instagram users in Indonesia – January 2025.
<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/01/>

Noordiono, A. (2016). Karakter Generasi Z Dan Proses Pembelajaran Pada Program Studi Akuntansi (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

Patriansyah, W., Hasibuan, N., Hasibuan, M., & Juniasih, T. E. (2024). Analisis Peran Pendidikan Politik Dalam Membangun Kesadaran Mahasiswa Berpartisipasi Dalam Pemilu Tahun 2024. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(2), 40-49.

Phlanx. (n.d.). *Instagram engagement calculator*. <https://phlanx.com/engagement-calculator>

Populix. (2024, February 15). Apa media sosial favoritmu? Ini media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia. Populix. <https://info.populix.co/articles/penggunaan-media-sosial/>

Putra, T. R., Wahyuni, R. T., Meilani, N., Anjani, M., & Sari, D. K. (2024). Partisipasi Politik Gen Z: Eksplorasi Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kesadaran Politik Remaja. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan dan Politik*, 2(1), 61-68.

Putricia, N. D., Febriyanti, A. I., Puteri, N. D., Syukriya, A. R., & Puspita, A. M. I. (2024). Studi Literatur: Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers). *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, 1(2), 74-82.

Sadri, H., & Flammia, M. (2014). Democracy, political perceptions, and new media. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 12(3), 29–33.

Sekartaji, A. D., Lukmantoro, T., & Sunarto, S. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI BIAK MEMILIH DALAM MEMBENTUK PEMAHAMAN PEMILIH PEMULA TERKAIT PEMILIHAN PRESIDEN DAN PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024 *Interaksi Online*, 12(4), 910-924.

Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley&Sons. Inc., Hoboken

Sugiyono. 2004. *Statistika Nonparametris untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung

Susanto, R. D. (2021). Media Sosial, Demokrasi, dan Penyampaian Pendapat Politik Milenial Di Era Pasca-Reformasi. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 65-77.

Taneerat, W., & Dongnadeng, H. A. (2024). Digital political trends and behaviors among Generation Z in Thailand. *Southeast Asian Studies*, 13(3), 521–545.

https://www.jstage.jst.go.jp/article/seas/13/3/13_521/_pdf

We Are Social & Meltwater. (2025). Digital 2025: Indonesia. DataReportal.

<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>

Wulandari, W., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Urgensi Rasa Nasionalisme pada Generasi Z di Tengah Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7255-7260.

Zahro, S., Kamilah, M. N., Ardiansyah, M., Safitri, I. M., Naharina, P. S., & Waraswati, A. N. (2023). Kesadaran Berpolitik Di Indonesia. *JOCER: Journal of Civic Education Research*, 1(2), 49-64.