

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arneldi, Berry. (2020). *Kampanye Politik Digital*. Bandung: Penerbit Buku.
- Budiardjo, M. (2005). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Mixed Methods Procedures*. In *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Creswell, John. W. (2008). *Educational Research (Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research)*. USA: Pearson.
- Culandari, Yulius. (2008). *Microblogging Paling Populer*. Yogyakarta: Mediakom.
- Dodson, I. (2016). *The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns*. Wiley.
- Hardani, H., et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Karim Dani. (2006). *Sistem Politik dan Pemilu di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. London: Kogan Page.
- Marendra, D., & Maria, L. (2020). *Buku Pintar Pemilu dan Demokrasi*. Komisi Pemilihan Umum Bogor.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif* (T. R. Rohidi, Terj.). UI-Press.
- Moleong, L. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Media Kita.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tricahyo, Ibnu. (2009). *Reformasi Pemilu Menuju Pemisahan Pemilu Nasional dan Lokal*. In-Trans Publishing. Malang.

Jurnal :

- Adani, M. R. (2020). "Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis." *IJSE - Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 16.
- Alizen, Ali Nur, et al. (2023). "Prospek Penggunaan TikTok sebagai Instrumen Politik pada Pemilihan Umum 2024." *LAB 45 Monograf*. Jakarta: Laboratorium Indonesia 2045.
- Arikunto, S. (2011). "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik." *Rineka Cipta*, 412-413.
- Cahyono, A. S. (2016). "Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Cervi, L., & Marín-Lladó, C. (2021). "What Are Political Parties Doing on TikTok? The Spanish Case." *Profesional de la Información*, 30(4), e300403. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.03>
- Doni, F. R. (2017). "Perilaku Penggunaan Media Sosial pada Kalangan Remaja." *IJSE - Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 16.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-

- 19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Hindarto, I. H. (2022). "TikTok dan Politik Komunikasi Remaja: Tinjauan Sistematis." *September*, 146–176.
- Jayus, S., et al. (2024). "Media Sosial Sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024." *Jurnal Simbolika*, 10(1), 72-81. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v10i1.11468>
- Kamindang, I., & Amijaya, M. (2023). "TikTok sebagai Media Komunikasi Politik Aktor Partai Politik di Kota Palu." *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 9(10), 1-15. <https://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.151>
- Komputer, J. I., & Jikem, M. (2022). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 884–891.
- Kurniawan, N. P., & Wijayani, Q. N. (2023). "Analisis Peran Media Sosial TikTok di Era Digital Menuju Pesta Politik di Tahun 2024: Studi Kasus Calon Presiden Ganjar Pranowo." *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 1(1), 95-106.
- Lestari, V. D., Kumalasari, A., & Kasiami, S. (2024). "Media Sosial Sebagai Alat Kampanye Pemilu 2024: Perspektif Pengguna TikTok." *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 30-37.
- Novita, D., et al. (2023). "Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online." *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Nurcholis, A., & Putra, T. R. (2020). "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM." *Jurnal PolGov*, 2(1), 193-222.
- Nuryaningsih, A. N. (2023). "Strategi Komunikasi Politik Melalui Platform TikTok untuk Meningkatkan Partisipasi Politik pada Pemilu Tahun 2024." *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 3(10), 347-252.
- Purwanto, H. E. (2024). "Political Communication Strategy Through Campaign Songs for Presidential and Vice-Presidential Candidates: An Analysis of the Song 'Okay Gas Prabowo Gibran is Most Fitting'." *Jurnal USK*, 7(3), 1362-1372. <https://doi.org/10.24815/jr.v7i3.40541>
- Maulana, M. L., & Harjono, B. (2024). Politik dan AI: Gaya Komunikasi Kampanye Politik Capres Prabowo–Gibran. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 04(02)
- Tanuwijaya, V., & Cristian, S. M. (2024). Fenomena jingle “Oke Gas”: Studi netnografi kampanye politik di TikTok. Perspektif Komunikasi: *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 8(2), 165–184.
- Sumsari, D., Izomiddin, & Darmawan, E. (2024). Analisis citra politik “Gemoy” Capres Prabowo Subianto menjelang Pilpres 2024. *Jurnal Studi Ilmu Politik (JSIPOL)*, 3(4), 231–242.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik - Antara Pemahaman dan Realitas (Revisi)*. Yayasan Obor.
- Sukandar, N. H. T., Firmansyah, Pamungkas, Y. R. P., Wismayanti, G., Politik, T., Digital, K., & Americanization, T. (2024). Strategi Komunikasi Paslon Prabowo Gibran dalam Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Gen Z dan Milenial dalam Pemilu 2024. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 48–56.

Ramadhan, F. S., Erviantono, T., & Noak, P. A. (2025). *Peran media sosial dalam mempengaruhi perilaku politik generasi muda di Indonesia: Studi kasus kampanye Prabowo–Gibran*. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 7(6).

Rafif, F. A., Maria, A., & Zuniati, A. R. (2025). Analisis sumber dan penggunaan dana kampanye digital Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka pada Pemilihan Umum 2024. *Journal of Social Contemplativa*, 3(1), 01–11.

Sumber Website :

Abdullah, N. A. (2023). "Social Media and Election Campaign: TikTok as 2022 Malaysian General Election Battleground." *ResearchGate*.
https://www.researchgate.net/publication/373018838_Social_Media_and_Election_Campaign_Tiktok_As_2022_Malaysian_General_Election_Battleground

CNN Indonesia. (2024). "Bayang-Bayang Pengguna TikTok di Keunggulan Prabowo-Gibran."
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240219015938-192-1064323/bayang-bayang-pengguna-tiktok-di-keunggulan-prabowo-gibran>

Gautama, W. R. (2024). "Membedah Strategi Prabowo-Gibran Memenangkan Pertempuran di TikTok."
<https://www.suara.com/news/2024/05/22/205249/membedah-strategi-prabowo-gibran-memenangkan-pertempuran-di-tiktok>

H. Prabowo Subianto & Gibran Rakabuming Raka. (2024). Laporan Dana Kampanye Pemilihan Umum 2024. Komisi Pemilihan Umum. Diakses 29 Juni, 2024.
<https://infopemilu.kpu.go.id/paslon/H.%20Prabowo%20Subianto%20%20%20%20Gibran%20Rakabuming%20Raka.pdf>