

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., Halim, U., Hidayat, N., & Marta, R. F. (2024). Pertentangan Kecemasan dan Perilaku dalam Membentuk Sikap Politik Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 141–155. <https://doi.org/10.31315/jik.v22i1.7068>
- Amalia, A. R., Fitralisti, A., Putri, D. P., Yulianti, R., & Rahmah, A. (2025). Komunikasi Politik Akun Instagram @raffinagita1717 dalam Branding Personal Prabowo-Gibran di Pemilu 2024. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 52–67. <https://doi.org/10.54259/MUKASI.V4I1.3909>
- Anggraeni, E., & Rosiani, S. (2013). Hubungan antara Komponen Kognitif, Komponen Afektif, dan Komponen Perilaku terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet. *Jurnal Manajemen*, 17(1).
- Arighi, M. F., Yasar, M. M. B., Falah, S. N., Ramdhan, R. M., & Septiadi, A. (2024). Peran Influencer Terhadap Pemilihan Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(5), 981–995. <https://doi.org/10.54957/JOLAS.V4I5.956>
- Asfar, A. S., Ida, R., & Aribowo. (2025). The effect of social media usage on millennials' political knowledge and political participation in the presidential election in Indonesia: A structural equation modelling analysis. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 20(2), 117–132. <https://doi.org/10.20473/JSD.V20I2.2025.117-132>
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Changani, A., & Yadav, K. (2025). The effect of Social Media influencers on youth voter turnout and Election Participation. *International Journal of Humanities and Social Science Research Wwww.Socialsciencejournal.In*, 11(5), 130–135. www.socialsciencejournal.in
- Chou, H.-Y. (2015). Celebrity Political Endorsement Effects: A Perspective on the Social Distance of Political Parties. *International Journal of Communication*, 9, 24–24. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2820>
- Dharta, F. Y. (2024). *Pengaruh Dukungan Selebriti dalam Komunikasi Politik Terhadap Sikap Pemilih pada Pemilihan Presiden 2024*. 8(1), 115–127.
- Djuyandi, Y. (2020). Sikap Politik Pemerintah Desa Jatimukti Dalam Mendukung Pengembangan Kewirausahaan Desa. *Jurnal Transformative*, 6(1), 28–47. <https://doi.org/10.21776/ub.transformative.2020.006.01.2>
- Dreston, J. H., & Neubaum, G. (2023). How incidental and intentional news exposure in social media relate to political knowledge and voting intentions. *Frontiers in Psychology*, 14, 1250051. <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2023.1250051/FULL>

- Efriza, & Indrawan. (2018). *Komunikasi politik: pemahaman secara teoretis dan empiris*. Intrans Publishing.
- Elfarizi, M. I., Permadi, D., & Edy, S. (2025). Analisis Konten Instagram Raffi Ahmad dalam Mendukung Kampanye Calon Kepala Daerah di Pilkada 2024 | Elfarizi | Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 9(2). <https://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah/article/view/19631>
- Fahma, A. R. (2018). *Pergeseran Peran Ninik Mamak Dalam Membentuk Keluarga Sakinah Pada Masyarakat Minangkabau Perspektif Teori Peran* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/14669/1/16780022.pdf>
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16. <https://doi.org/10.32699/RESOLUSI.V1I1.154>
- Fernandes, A., Suryahudaya, E. G., & Okhtariza, N. (2023). Pemilih Muda Dalam Pemilihan Umum 2024 : Dinamis , Adaptif dan Responsif. *CSIS*.
- Ghofur, A., Ayu, R. S., Pratiwi, A., & ... (2025). Analisis Strategi Kampanye Politik@ Sadulurnisyaahmad Untuk Pemenangan Dprd Provinsi Jawa Barat 2024. *Jurnal Multidisipliner*, 4(02), 100–116. <http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/Kapalamada/article/view/1492%0Ahttps://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/Kapalamada/article/download/1492/1631>
- Grehenson, G. (2023, November 30). *Pemilih Muda Cenderung Mudah Berubah dan Suka Konten Politik Ringan*. Universitas Gadjah Mada. <https://ugm.ac.id/id/berita/pemilih-muda-cenderung-mudah-berubah-dan-suka-konten-politik-ringan/>
- Hidayanto, A. N., Fitriani, H., Khairunnisa, A. A., Aurelya, K., Kusumo, M. D., & Steven. (2025). Political parasocial relationships on social media: The role of user experiences and emotions in shaping eWOM and voting intention. *Telematics and Informatics Reports*, 20, 100273. <https://doi.org/10.1016/J.TELER.2025.100273>
- KPU. (2023a). PKPU No 15 Tahun 2023. *Peraturan Komisi Pemilihan Umum*, 15, 23.
- KPU. (2023b, June 23). *55% Pemilih Didominasi Generasi Muda, Bantu KPU Dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024 - KPU*. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11684/55-pemilih-didominasi-generasi-muda-bantu-kpu-dalam-penyelenggaraan-pemilu-2024>
- KPU DKI Jakarta: Lebih dari 50 Persen Pemilih DKI Gen Z dan Milennial - Pemilu Liputan6.com*. (2023, July 28).

https://www.liputan6.com/pemilu/read/5356228/kpu-dki-jakarta-lebih-dari-50-persen-pemilih-dki-gen-z-dan-milennial?utm_source=chatgpt.com&page=2

- Lestari, E. Y., & Arumsari, N. (2018). PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN WALIKOTA SEMARANG DI KOTA SEMARANG. *Integralistik*, 29(1), 10. <https://doi.org/10.15294/INTEGRALISTIK.V29I1.14602>
- Lubis, N. M., & Efendi, E. (2024). Analisis Peran Kampanye di Media Sosial dalam Membentuk Persepsi Publik tentang Pemilu Presiden 2024. *EScience Humanity Journal*, 4(2), 55–66. <https://doi.org/10.37296/esci.v4i2.86>
- Muliani, M., Abdurrahman, A., & Rifaid, R. (2026). Celebrity Politicians: Political Legitimacy in the 2024 Election in Indonesia. *Journal of Governance and Local Politics (JGLP)*, 8(1), 26–34. <https://doi.org/10.47650/JGLP.V8I1.2299>
- Nabilla, N. F. A. (2022). *Pengaruh Komunikasi Persuasif dan Personal Branding Endorser Raffi Ahmad terhadap Kesadaran Vaksinasi Covid-19 (Studi terhadap Masyarakat Kecamatan Babadan Ponorogo dengan Analisis Metode Penelitian Structural Equation Modeling Partial Least Squares)*. 19. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/39432/18321130>
- Nugraha, S., Ridwan, M. H., Mardana, F., & Lisnarini, N. (2025). Prabowo's Victory: How Influencers Shaped the 2024 Election. *Socio Politica : Jurnal Ilmiah Jurusan Sosiologi*, 15(1), 67–80. <https://doi.org/10.15575/SOCIO-POLITICA.V15I1.43092>
- Prastowo, A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media.
- Retnawati, E., Suntoro, I., & Nurmalisa, Y. (2014). PENGARUH MEDIA MASSA DAN SIKAP POLITIK TERHADAP PARTISIPASI POLITIK SISWA DALAM PEMILU. *SSRN Electronic Journal*, 2014(3), 1–9. http://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=en&SID=5BQIj3a2MLaWUV4OizE%0Ahttp://scielo.iec.pa.gov.br/scielo.php?script=sci_
- Rohmah, S., & Fatchuriza, M. (2025). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa Pada Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 5(2), 239–248.
- Rosdiana, A. C., & Suryaningtyas, A. A. (2024). Politik Identitas dalam Kampanye Politik Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024. *Jurnal Audiens*, 5(1), 77–90. <https://doi.org/10.18196/JAS.V5I1.336>
- Satriawan, B. H., Haridison, A., Sandi, J. R. A., Iskandar, D., Utami, P. J., Irwan, A. I. U., & Hartaman, N. (2024). Politainment in the 2024 Indonesian presidential election and positioning in downstream industry. *Frontiers in Political Science*, 6, 1494578. <https://doi.org/10.3389/FPOS.2024.1494578/TEXT>

- Serang, T. A., Yunanto, S., & Usni. (2024). *STRATEGI POLITIK KAMPANYE PRABOWO SUBIANTO DI DKI JAKARTA DALAM PILPRES 2024*. 8(1), 43–53.
- Setiawan, H. D., & Djafar, T. M. (2023). Partisipasi Politik Pemilih Muda Dalam Pelaksanaan Demokrasi di Pemilu 2024. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(2), 201–213. <https://doi.org/10.47313/PJSH.V8I2.2877>
- Silalahi, J. E. (2024). Political Marketing Pasangan Prabowo-Gibran Melalui Media Sosial Instagram selama Masa Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2024. *Innovative: Journal Of Social Science Research (Special Issue)*, 4(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.12181>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Soekanto, S. (2000). *Sosiologi Sebuah Pengantar*. PT RajaGrafindo Persada.
- Stazyk, E. C., & Goerdel, H. T. (2011). The Benefits of Bureaucracy: Public Managers' Perceptions of Political Support, Goal Ambiguity, and Organizational Effectiveness. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 21(4), 645–672. <https://doi.org/10.1093/JOPART/MUQ047>
- Subekti, D., Hapsa, H., & Rohayati, W. (2025). Artists' roles and digital strategies in the 2024 Indonesian presidential election. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 9(3), 745–760. <https://doi.org/10.25139/jsk.v9i3.9735>
- Sukandar, N. H. T., Firmansyah, Pamungkas, Y. R. P., Ginasari, W., & Putra, Y. R. (2024). Strategi Komunikasi Paslon Prabowo Gibran dalam Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Gen Z dan Milenial dalam Pemilu 2024. *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 48–56. <https://doi.org/10.23917/determinasi.v2i1.188>
- Tamim, F. M., & Zamzamy, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Muda melalui Media Sosial Twitter pada Pemilu Tahun 2024. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(10).
- Turner, R. H. (2001). Role Theory BT - Handbook of Sociological Theory. *Handbook of Sociological Theory*, 233–254. http://link.springer.com/10.1007/0-387-36274-6_12 https://doi.org/10.1007/0-387-36274-6_12
- Wahyono, H. S. (2026). *Praktik komunikasi politik mahasiswa gen z dalam merespon isu nasional: analisis perilaku, identitas digital, dan pola partisipasi*. 9(1), 62–73.