

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar Anshori, Rudianto, & Jehan Ridho Izharsyah. (2023). Dampak Literasi Politik dan Pemilu 2024 Bagi Pemilih Pemula terhadap Pengendalian Informasi Hoax. *Jurnal Audiens*, 4(1), 86–97. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i1.8>
- Astrika, L., & Yuwanto, Y. (2019). Ujaran Kebencian dan Hoaks: Signifikasinya terhadap Pemilih Pemula di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 107. <https://doi.org/10.14710/jiip.v4i2.5433>
- 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. <https://doi.org/10.46874/tkp.v5i1.1051>
- Febriansyah Putra, & Patra, H. (2023). Analisis Hoax pada Pemilu: Tinjauan dari Perspektif Pendidikan Politik. *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy*, 2(1), 95–102. <https://doi.org/10.24036/nara.v2i1.119>
- Fitri, A. N., Rohmah, S., & Ayu, A. S. (2024). Strategi Komunikasi KPU Kota Semarang Dalam Mengajak Gen Z Menggunakan Hak Pilih #temanpemilih. *JPW (Jurnal Politik Walisongo)*, 6(1), 61–72. <https://doi.org/10.21580/jpw.v6i1.22256>
- Fitria Rismawati, F., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2019). STRATEGI PEMASARAN STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) LARISSA AESTHETIC CENTER CABANG JEMBER. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 13(2), 68. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.10793>
- Kadir, N. (2022). Media Sosial dan Politik Partisipatif: Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi Bagi Kaum Milenial dan Gen Z. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 4(2), 180–197. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v4i2.225>
- KPU, K. (n.d.). Tugas dan Kewenangan Komisi Pemilihan Umum. *KPU*.

- Leppäniemi, M., & Karjaluoto, H. (2008). MOBILE MARKETING: FROM MARKETING STRATEGY TO MOBILE MARKETING CAMPAIGN IMPLEMENTATION. *MOBILE MARKETING*, 3(1).
- Limilia, P., Gelgel, R. A., & Rahmiaji, L. R. (2022). *Digital Literacy Among Z Generation in Indonesia*. 1–11. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2022.01.02.1>
- Nurchaya, H. (n.d.). Politik dan Ruang Lingkupnya Part 4. *Kesbangpol*. [https://kesbangpol.kulonprogokab.go.id/detil/1020/politik-dan-ruang-lingkupnya-part-4#:~:text=Herbert%20McClosky%20\(1972%3A%20252\),dalam%20proses%20pembentukan%20kebijakan%20umum](https://kesbangpol.kulonprogokab.go.id/detil/1020/politik-dan-ruang-lingkupnya-part-4#:~:text=Herbert%20McClosky%20(1972%3A%20252),dalam%20proses%20pembentukan%20kebijakan%20umum)
- Paskarina, C., Hermawati, R., & Nuraeni. (2018). Edukasi Anti Hoaks Dalam Pemilu Melalui Metode Debunking. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- 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. <https://doi.org/10.61476/bpkxy103>
- Rundengan, S. (2024). *Problematisasi Pemilu Serentak 2024 dan Rekonstruksi Regulasi*.
- Sa'ban, L. M. A., Nastia, N., & Wijaya, A. A. M. (2022). Sosialisasi Pendidikan Politik untuk Pemilih Pemula Siswa Sekolah Menengah Atas dalam Menghadapi Pilkada Kota Baubau Tahun 2024. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(1), 31–37. <https://doi.org/10.51214/japamul.v2i1.207>
- Salabi, A. (2024). Potensi Hoaks di Pilkada 2024 Diprediksi Tinggi. *Rumah Pemilu*. <https://rumahpemilu.org/potensi-hoaks-di-pilkada-2024-diprediksi-tinggi/>
- Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 54–60. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i2.1219>

- Venus, Drs. A. (2012). *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rkatama Media.
- Wolon, F., & Putri, P. I. D. (2024). Membangun Kewaspadaan Publik: Sosialisasi Anti-Hoaks Pemilu Melalui Brosur Sebagai Taktik Edukasi Yang Efektif. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 29–37.
<https://doi.org/10.51622/pengabdian.v5i2.2237>