

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. (2023a). 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>
- Evita, N. (2023b). *GENERASI Z DALAM PEMILU: POLA BERMEDIA GENERASI Z DALAM PENCARIAN INFORMASI POLITIK*. [https://doi.org/https://doi.org/10.46874/tkp.v5i1.1051](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>
- Kariadi, T. B. M. (2010). *KINERJA CREATIVE DESIGN DALAM SEBUAH EVENT ORGANIZER DI CV. FRONT LINE INDONESIA Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya pada Jurusan Periklanan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Leoni, O. M., & Shinta, H. P. (2020). Implementasi Teknik Copywriting Pada Aplikasi Tiket. Com Sebagai Online Travel Agent (Ota). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian 2020*, 77–91.
- Leppäniemi, M., & Karjaluoto, H. (2008). Mobile-Marketing-From-Marketing-Strategy-to-Mobile-Marketing-Campaign-Implementation (1). *ResearchGate*, 3(1).

- Limilia, P., Gelgel, R. A., & Rahmiaji, L. R. (2022a). *Digital Literacy Among Z Generation in Indonesia*. 1–11. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2022.01.02.1>
- Limilia, P., Gelgel, R. A., & Rahmiaji, L. R. (2022b). *Digital Literacy Among Z Generation in Indonesia*. 1–11. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2022.01.02.1>
- Paskarina, C., & Hermawati, R. (2018). *EDUKASI ANTI-HOAX DALAM PEMILU MELALUI METODE DEBUNKING*. <https://turnbackhoax.id/>
- Permatasari, B., Jaelani, J., Suprayogi, S., & Camelia, C. (2023). Penerapan Copywriting Untuk Optimalisasi Digital Marketing Bagi Guru SMK Kridawisata Bandar Lampung. In *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 2, Issue 4). Juli. <https://edumediasolution.com/index.php/society>
- 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>
- Rivaldo Putra, T., Tri Wahyuni, R., Meilani, N., Anjani, M., Kumala Sari, D., Pendidikan Geografi, P., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. (2024). Partisipasi Politik Gen Z: Eksplorasi Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kesadaran Politik Remaja. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Dan Politik (JPKP)*, 2(1), 61–68.
- Rumerung, J. J., Polteknik, M., & Manado, N. (n.d.). *Penulis : MODUL EVENT ORGANIZER*.
- Rundengan, S. (2024). *Problematika Pemilu Serentak 2024 dan Rekonstruksi Regulasi*. https://jdih.kpu.go.id/data-provinsi/sulut/data_monografi/Artikel%20Hukum_Steidy%20Rundengan.pdf
- 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, June 12). *Potensi Hoaks di Pilkada 2024 Diprediksi Tinggi*. Rumah Pemilu Org. <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* (rema karyanti, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Wolon, F. V., & 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, 29.

<https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/pengabdian/article/view/2237/1055>