

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyendi, D. O., Nurman, S., & Dewi, S. F. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 3(1), 101-111.
- Ardial. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Jakarta Indeks .
- Arifin. (2003). *Komunikasi Politik dan Pers Pancasila*. Jakaarta: Media Sejahtera.
- Arifin, A. (2006). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arifin, A. (2011). In *Komunikasi Politik-Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi Dan Komunikasi* (p. 235). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Beniman, B., Mursin, M., Ikbar, I., & Chairan Zibar, L. (2022). Pemilih Pemula Dalam Pemilu 2024. *Jurnal Sultra Elementary School* 3(2), 70-82.
- Hasin, I., Sofyan, A., Hariyadi, & E. (2020). Strategi Tindak Tutur Juru Bicara Tim Kampanye Nasional Dalam Acara "Dua Arah" Di Kompas Tv. *Semiotika: Jurnal Ilmu Sastra dan Linguistik*, 1(21), 49-58.
- Indonesia, C. (2023, Agustus 3). *Definisi Pemilih Pemula dan Jumlahnya yang Besar di Pemilu 2024*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230802155535-617-981051/definisi-pemilih-pemula-dan-jumlahnya-yang-besar-di-pemilu-2024>
- Isma Kusmiati, P. J. (2024). PERAN KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024. *Karimah Tauhid, Volume 3 Nomor 4*, 1-11.
- Jauhariyah, N. Z., Ilham, M. L., & Rahmawati, N. (2024). Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Pilpres 2024 untuk Memperebutkan Suara Generasi Muda. *Jurnal Politique*, 1(4), 100-116.
- Kafka, M. K., Prawira, R., F., Santoso, G., Nurhasanah, H., Pramono, J., . . . Haryanto, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2(1), 132-141.

- Kurniawan, M. R., Erawati, D., Setiawan, H., & Harmain, H. (2023). Digitalisasi: Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Gen Z Pada Pemilu 2024. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 6(3), 1375-1390.
- Makki, S. (2023, Agustus 3). *CNN Indonesia*. Retrieved from Definisi Pemilih Pemula dan Jumlahnya yang Besar di Pemilu 2024: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230802155535-617-981051/definisi-pemilih-pemula-dan-jumlahnya-yang-besar-di-pemilu-2024>
- McNair. (2003). *Introduction of Political Communication*. London: Library Catalogulng Publication.
- Mudiani, W. O. (2023). Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Kampanye Pada Pemilu 2024. *Journal on Education*, 1(6), 3273-3278.
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Richard S Katz, D. (2021). *Seri Handbook Partai Politik; Partai Politik Dan Modal Sosial, Partai Politik Atau Modal Sosial*. Sleman: Penerbit Nusapedia.
- Sairi, A. O. (2017). Komunikasi Politik Kader Partai Dalam Pemilihan Ketua DPD Partai Amanat Nasional Kabupaten Muna Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, Vol.2, No,3.
- Salim, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan, dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media.
- Santoso, T. (2020). *Memahami Modal Sosial*. Surabaya: Penerbit CV Saga Jawadwipa.
- Sayuti, S. D. (2014). *Komunikasi Pemasaran Politik*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Semetko, H., & Scammel, M. (2021). *Media Hiburan dan Keterlibatan Politik Warga: Handbook Komunikasi Politik (GOR Lamahu, Terjemahan)* . Bandung: Nusamedia.

- Subandi, H. H., & Ubaid, A. H. (2020). Selebritis Menjadi Politisi: Studi Tentang Bagaimana Selebritis Menang atau Kalah Dalam Pemilu Legislatif. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 1(5), 21-45.
- Vatradamara, V. (2019). BRANDING POLITIK DAILAMI FIRDAUS DALAM KONTESASI POLITIK DPD RI TAHUN 2019. *Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga*.
- Wahidin, D. T., Muhyidin, A., Iswahyuni, I., & Ilmar, A. (2020). Partai Politik dan Perilaku Pemilih di Indonesia (Studi Pada Pemilu Legislatif 2009, 2014, dan 2019). *Journal of Government and Civil Society*, 1(4), 131-144.
- Wulandari, R. (2014). *Media Darling ala Jokowi*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.