

DAFTAR PUSTAKA

- Anggil Risnawati, Z. A. (2023). Strategi Humas (Public Relation) Dalam Membentuk Citra Organisasi. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 4139-4143.
- Catur Ari Ani, R. (2023). Perilaku Informasi Generasi Milenial Kota Semarang di Media Sosial Saat. *Ejournal Undip*, 149.
- DiPStrategy. (2024, Juni 8). *Sosial Media*. Diambil kembali dari <https://dipstrategy.co.id/blog/statistik-media-sosial-berdasarkan-generasi-di-indonesia/>.
- Harpinsyah, H. P. (2021). ANALISIS FAKTOR PENYEBAB TINGGINYA TINGKAT GOLPUT MASYARAKAT PADA PEMILUKADA KABUPATEN BUNGO TAHUN 2011 DI KECAMATANPASAR MUARA BUNGO. *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 165-166.
- Khalish Ariq Muhtaram, D. H. (2025). Starategi Komunikasi KPU Sukoharjo Dalam Mengurangi Golput Pemilu Capres Cawapres 2024 Pada Kalangan GEN Z. *Solidaritas Jurnal Ilmu Sosial*, 8.
- KPURI. (2022, July 14). *Berita KPU*. Diambil kembali dari <https://www.kpu.go.id/berita/baca/10700/peran-pemilih-pemula-dalam-pemilu-2024#:~:text=Namun%20yang%20membedakan%20pemilih%20pemula,informasi%20atau%20preferensi%20yang%20melingkarinya>.
- LLDIKTI. (2021, Oktober 15). *Berita*. (LLDIKTI, Editor) Diambil kembali dari <https://lldikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/engagement-rate#:~:text=Ketentuan%20dimana%2C%20hasil%20kurang%20dari,itu%20masuk%20kategori%20sangat%20tinggi>.
- Mada, U. G. (2023, November 30). *Liputan*. (gusti.grehenson, Editor) Diambil kembali dari <https://ugm.ac.id/id/berita/pemilih-muda-cenderung-mudah-berubah-dan-suka-konten-politik-ringan/>.
- Meltwater. (2024, April 24). *Social Media Statistics for Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia>.
- Mendelberg, C. W. (2022). Education and Political. *Annual Review*, 90.
- Mira Veranita, R. S. (2021). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi

- Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 281-282.
- Nindya, A. F. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN FITUR REELS PADA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KEDAI KOPI TMLST. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunika*, 114.
- Nugroho, A. Y. (2025). PENGANTAR VIDEOGRAFI UNTUK PEMULA. Dalam A. Y. Nugroho, *PENGANTAR VIDEOGRAFI UNTUK PEMULA* (hal. 3). Padang: GEMILANG PRESS INDONESIA .
- Prasetyawan, Y. Y. (2020). PENGALAMAN INFORMASI PEMILIH PEMULA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMBELAJARAN POLITIK DALAM MENENTUKAN PILIHAN CALON PRESIDEN. *Khazanah Al-Hikmah*, 21-29.
- Rahmiyati Mii, M. R. (2023). Pendidikan Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik. *Jurnal Governance and Politics*, 139-141.
- Semarang, K. K. (2025, 5 20). KPU KOTA SEMARANG. Diambil kembali dari Tugas & Kewenangan : <https://kota-semarang.kpu.go.id/page/read/tugas-kewenangan>
- Shabrina, N. R. (2023). Peran Pemimpin Dalam Mempengaruhi Iklim Organisasi. *Review Pendidikan dan Pengajaran*, 6, 4134.
- Socisight. (2024, Desember 2020). *Social Media Marketing*. Diambil kembali dari https://socioisight.co/id/berapa-durasi-reels-instagram-yang-optimal/#:~:text=Contoh%20Mengapa%20Durasi%20Ini%20Efektif:%20*%20Fitness:penonton%20dengan%20konten%20yang%20dapat%20langsung%20diterapkan.
- Tri Wahyu Prasetyo, B. E. (2021). Video Iklan Layanan Masyarakat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Semarang sebagai Media Sosialisasi kepada Kaum Pemilih Pemula. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 258.
- Wibowo, D. M. (2023). Teknik Dasar Konten Videografi. Dalam D. M. Wibowo, *Teknik Dasar Konten Videografi* (hal. 12). Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Willy Tri Hardianto, A. P. (2022). Analisis Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Batu dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat (Studi pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 di KPU Kota Batu). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 144.
- Yenni Tria Lestari1, A. T. (2024). Penguatan Peran Politik Masyarakat dalam Pemilihan Kepala Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.

Zhang, Y. (2023). Interaction between media and public relations: Establishing effective communication channels. *Media and Communication Research*, 38-42.