

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2018). *Berbagai Metodologi dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen*. Samata-Gowa: Gunadarma Ilmu.
- Ayu, Tika. (2023). *Pemilu.tempo.co*. Diambil dari: <https://pemilu.tempo.co/read/1743587/tetapkan-dpt-pemilu-2024-kpu-ri-52-persen-pemilih-muda> [Diakses pada 15 Desember 2023]
- Azwar, S. (2012). *Realibilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bajari, A. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis Buku 2: Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Sage Publications.
- Djamal, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Eriyanto. (2006). *Panduan Analisis Isi Media*. Jakarta: Lingkaran Survei Indonesia.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Faurizal, U. (2020). *Message Appeals dan Engagement pada Unggahan Media Sosial Brand (Analisis Isi Kuantitatif Deskriptif Message Appeals dan Engagement pada Unggahan Tweet di Akun Twitter Grab Indonesia Periode 1 Januari – 30 Juni 2019)*. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Fernandes, A. (2023). *Pemilih Muda Dalam Pemilihan Umum 2024: Dinamis, Adaptif dan Responsif*. Departemen Politik dan Perubahan Sosial.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2020). *Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation*. Pearson Education Limited.
- Harun, R., & Sumarno. (2006). *Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Hasfi, Nurul. (2023). *Kompas.id*. Diambil dari: <https://www.kompas.id/baca/opini/2023/12/06/pemilih-muda-dan-buaian-politainment> [Diakses pada 7 Februari 2024]
- KPU. (2023). *Infopemilu.kpu.go.id*. Diambil dari: https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu [Diakses pada 12 Desember 2023]
- Kukung, A. (2023, Mei 1). Instagram menjadi media digital kampanye politik: Bagaimana menyikapinya. *Kompasiana*.

<https://www.kompasiana.com/adekukung/65c0c1fbde948f3e3e3c92d2/instagram-menjadi-media-digital-kampanye-politik-bagaimana-menyikapinya>
[Diakses 13 Juni 2024]

Kusumasondjaja, S. (2018). *The roles of message appeals and orientation on social media brand communication effectiveness: An evidence from Indonesia*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics.

McNair, B. (2019). *An Introduction to Political Communication*. Routledge.

Mortimer, K. (2008). *Identifying The Components of Effective Service Advertisements*. Journal of Service Marketing.

Nandy. (2023). *Gramedia Blog*. Diambil dari: <https://www.gramedia.com/literasi/biografi-prabowo-subianto/> [Diakses pada 2 Juni 2024]

Prima, Adri. (2023). *Medcom.id*. Diambil dari: <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/GbmP6x1N-megawati-sebut-penguasa-sekarang-seperti-orde-baru-jokowi-bilang-begini> [Diakses pada 7 Februari 2023]

Rahayu, Kurnia Y. (2024). *Hasil Pemilu 2024: Prabowo-Gibran Menang Satu Putaran*. Diambil dari <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2024/03/20/hasil-pemilu-2024-prabowo-gibran-menang-satu-putaran> [Diakses pada 13 Juni 2024]

Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2020). *Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online*.

Salim, A. (2001). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: (dari Denzin Guba dan penerapannya)*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.

Sentosa, A., & Karya, B. (2022). *Perilaku Pemilih Pemula dalam Pilkada*. Jawa Tengah: Penerbit NEM.

Setyawan, F. (2012). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan, Penggunaan Media Iklan dan Daya Tarik Promosi Penjualan terhadap Kesadaran Merek Indomaret (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)*. Skripsi. Universitas Diponegoro.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Suyatno, A., & Anjarsari, D. P. (2023). *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik*. Bantul: Pustaka Press.

Utami, D. (2007). *Pengaruh Penggunaan Daya Tarik Emosional dan Rasional Secara Bersamaan dalam Iklan Cetak terhadap Citra Merek pada Remaja*

Akhir Perempuan (Studi Kuasi Eksperimental pada Mahasiswi Psikologi Universitas Diponegoro, Semarang). Skripsi. Universitas Diponegoro.

Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wahyudi. (2023). *Kompas.id*. Diambil dari:
<https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/12/18/karakter-psikologi-pemilih-pemilu-2024> [Diakses pada 9 Februari 2024]