

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, T. N. (2012). Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi. *Acta Diurna*, 8(1), 27.
- Aditya, A., Bevly, B., Haryanto, D., Yulwardian, E., Nasution, E., Rachman, F., Husni, H., Lawadinata, K. D., Silviana, M., & Muhamad, R. (2013). *Social Media Nation: 15 Inspirasi Berjejaring Sosial: Bertumbuh Besar Bersama Komunitas Online dan Sukses Berbisnis*. Prasetiya Mulya Publishing.
- Ahsani, F. (2022). *Efektivitas Sosialisasi Pemilih Pemula Melalui Media Sosial Komisi Pemilihan Umum Daerah Kota Medan Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Medan Tahun 2020*. Universitas Medan Area.
- Akdasenda, A., & Martini, R. (2013). Pemimpin Ideal Menurut Pandangan Pemilih Pemula Di Kota Semarang Dalam Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2014. *Journal of Politic and Government Studies*, 3(1), 26–35.
- Alfaruqy, M. Z. (2022). Keluarga Sebagai Mikrosistem Sosialisasi Politik: Survei Psikologi Politik. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 13(1), 73–87.
- Angela, M. (1991). *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen*. Macmillan Education LTD.
- Angraeni, D. M., & Sunarso, S. (2022). Persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial dan partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. *AGORA*, 11(3), 272–283.
- Arya, P. D. (2023). *Gibran Bacawapres Prabowo, Pengamat: Secara Etika Politik Seharusnya Mundur dari PDIP*. Inews. <https://www.inews.id/news/nasional/gibran-bacawapres-prabowo-pengamat-secara-etika-politik-seharusnya-mundur-dari-pdip>
- Asmadi, R. B., Djafar, L., & Lukum, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingginya Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Kepala Desa Unone, Kecamatan Bukal, Kabupaten Buol, Sulawesi Tengah Tahun 2019. *Jambura Journal Civic Education*, 1(1), 21–28.
- Asri, R., Arianti, G., & Mandjusri, A. (2019). Pengaruh Online Personal Branding Tokoh Politik Terhadap Minat Pemilih Pemula. *Communiverse*, 5(1), 58–69.
- Bisma, G. G. B. (2017). Organisasi Mahasiswa Ekstra Kampus Islam di Universitas Airlangga (Pandangan Tentang Wacana Prospek Demokrasi dan Relasi Negara Agama). *Jurnal Politik Muda*, 6(2), 94–100.
- Claretta, D. (2022). Persepsi Mahasiswa UPN Veteran Jatim Terhadap Akun Instagram DPD PSI Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 164–171.

- Claretta, D., Berliana, S., & Arviani, H. (2022). Toxic Parents Pada Podcast. *Kinesik*, 9(2), 143–153.
- Claretta, D., Fauziah, A., Hikmah, A. N., & Aziizah, N. B. (2022). Analisis Resepsi Mahasiswa Tentang Konten Dalam Akun Tiktok@ rizkyrn_. *Jurnal Socia Logica*, 1(2), 52–60.
- Cuprianto, C., & Firmansyah, M. (2023). Optimalisasi Pembelajaran Sejarah dengan Pendekatan Kontekstual untuk Meningkatkan Literasi Politik Siswa Sekolah Menengah Atas. *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy*, 2(1), 61–67.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Harper and Row. <https://books.google.co.id/books?id=kLEGAAAAMAAJ>
- Elsi, S. D., Fatriani, R. M., & Saadah, M. (2022). Pengaruh Konstruksi Sosial Budaya Terhadap Keterwakilan Politik Perempuan Di Provinsi Jambi. *Journal Publicuho*, 5(3), 776–789.
- Fardani, R. A., & Claretta, D. (2023). Penerimaan Penonton terhadap Konflik Keluarga pada Film Ngeri-Ngeri Sedap. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 8328–8335.
- Fenyapwain, M. M. (2013). Pengaruh Iklan Politik Dalam Pemilihan Umum di Minahasa Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Di Desa Tounelet Kecamatan Kakas. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).
- Garjito, D. (2023). *Prabowo Subianto Berhasil Re-Branding Gegara Julukan Gemoy dan Joget-Joget*. Suara.Com. <https://www.suara.com/lifestyle/2023/11/20/193823/prabowo-subianto-berhasil-re-branding-gegara-julukan-gemoy-dan-joget-joget>
- Hall, S. (2011). *BUDAYA MEDIA BAHASA: Teks Utama Penganang Cultural Studies 1972 - 1979*. Jalasutra.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*.
- Handayanto, A. (2009). *Berani Sukses Karena Andal Memakai YouTube*. MediaKom.
- Hardianto, A. N., & Claretta, D. (2023). Analisis Resepsi Pola Asuh Orang Tua pada Anak dalam Film Kukira Kau Rumah. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(8), 5698–5701.
- Haryanti, A. (2022). *Pengantar Sosiologi Politik*. Pascal Books. <https://books.google.co.id/books?id=02lhEAAAQBAJ>
- Hasriani, H., Madani, M., & Handam, H. (2015). Perilaku Pemilih Pemula Dalam

Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2014 Di Kelurahan Sapaya Kecamatan Bungaya Kabupaten Gowa. *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(1).

Helaluddin & Hengki, W. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. <https://books.google.co.id/books?id=lf7ADwAAQBAJ>

Helianthusonfri, J. (2016). *YouTube Marketing*. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=OCxIDwAAQBAJ>

Heriani, A. (2022). *Akademisi UI: Kandidat Berlomba Pinjam Citra Jokowi di Pilpres 2024, Kekuatan Figur yang Terpenting*. Tribun Kaltim. <https://kaltim.tribunnews.com/2022/12/01/akademisi-ui-kandidat-berlomba-pinjam-citra-jokowi-di-pilpres-2024-kekuatan-figur-yang-terpenting?page=all>

Iradat, D. (2023). *Drone Emprit: Mayoritas Netizen Kecewa Gibran Cawapres Prabowo*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20231025071510-192-1015512/drone-emprit-mayoritas-netizen-kecewa-gibran-cawapres-prabowo>

John, S. (1996). *Cultural Studies & The Study of Popular Culture: Theories and Methods*. University Press.

Kuncoro, M. W. (2018). Media Sosial, Trust, Dan Partisipasi Politik Pada Pemilih Pemula. *Prosiding Seminar Nasional Psikologi Unissula*.

Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Keluarga, Tokoh Agama dan Teman terhadap Perilaku Memilih Pemilih Pemula. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 2(01), 106–111.

Kusuma, F. B., & Claretta, D. (2023). Reception Analysis Tentang Toxic Relationship Pada Film “The Story Of Kale: When Someone’s In Love.” *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8775–8788.

Labolo, M., & Ilham, T. (2015). *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia*. Rajawali Pers.

Libriyanti, N. S., & Sutjipto, V. W. (2021). Efektifitas Konten Iklan Viral Grace Natalie Di Youtube Dalam Meningkatkan Kesadaran Publik Pada Partai Solidaritas Indonesia. *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 13(1), 29–46.

Limilia, P., & Ariadne, E. (2018). Pengetahuan dan Persepsi Politik pada Remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 16(1), 45–55.

Mangngasing, N., Haryono, D., Nuraisyah, N., Nasrullah, N., & Indriani, N. (2023). Sosialisasi Peningkatan Keterlibatan Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024 Di Kecamatan Sarjo. *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, 2(2), 49–62.

McNally, D. (2004). *Be Your Own Brand*. Gramedia Pustaka Utama.

<https://books.google.co.id/books?id=3oHwtrIsos4C>

- McQuail, D. (1983). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Erlangga.
- Mobray, K. (2009). *The 10Ks of Personal Branding: Create a Better You*. iUniverse. <https://books.google.co.id/books?id=MSEt0P15vNMC>
- Moleong, L. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (38th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya Incorporated. <https://books.google.co.id/books?id=ZIt0rdXb7y0C>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada.
- Muhamad, N. (2023a). *Ini Sumber yang Diandalkan Anak Muda untuk Cari Informasi Politik*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/14/ini-sumber-yang-diandalkan-anak-muda-untuk-cari-informasi-politik>
- Muhamad, N. (2023b). *KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>
- Mulyadi, I. F. (2023). Strategi Personal Branding Prabowo Subianto Sebagai Capres Melalui Media Sosial. *Philosophiamundi*, 2(1).
- Munzir, A. A. (2019). Beragam Peran Media Sosial Dalam Dunia Politik Di Indonesia. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 7(2), 173–182.
- Nabilah, R., Afrizal, S., & Bahrudin, F. A. (2022). Persepsi Masyarakat Desa terhadap Fenomena Politik Uang dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Publisitas*, 8(2), 84–96.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Ni'matul, H. dan I. N. (2017). *Penataan Demokrasi dan Pemilu di Indonesia Pasca-Reformasi*. Kencana.
- Nurcholish, M. (1993). *Islam Kerakyatan Dan KeIndonesiaan*. Mizan.
- Perangin-angin, L. L. K., & Zainal, M. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial Di Media Sosial. *Jurnal Aspikom*, 3(4), 737–754.
- Perti, A. (n.d.). *Rethinking The Media Audience*. SAGE Publications.
- Rachmat Kriyantono, S. S. M. S. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Kencana.

<https://books.google.co.id/books?id=AoOHnQAACAAJ>

- Rahayu, S., Safira, S. D., & Carolin, V. V. (2024). Isu Politik Identitas Terhadap Identitas Politik Pada Generasi Mileneal Indonesia Di Era 4.0. *Viva Themis: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 6(1), 1–14.
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94–101.
- Rahman, Andi. (2024). *Analisis Debat Capres-Cawapres Pemilu 2024*. Drone Emprit. <https://pers.droneemprit.id/>
- Rahman, Asmika. (2017). Peran Sekolah Sebagai Sarana Sosialisasi Politik untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Pada Pemilih Pemula. *Prosiding Konferensi Nasional Kewarganegaraan III P-ISSN*, 2598, 5973.
- Ramadhani, N. C. (2020). *Tinjauan Sosiologi Hukum Persepsi Calon Pemilih Pemula Terhadap Politik Uang Di Kota Yogyakarta*.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rizky, A. T. J., Harris, E. A., & Soekarno, Z. P. (2023). Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto Di Media Sosial Menjelang Kontestasi Pemilihan Presiden 2024. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2, 673–680.
- Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial: Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan): Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 4(1), 47–63.
- Sangari, D. D. W. (2020). Efektivitas Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo Di Media Online Melalui Vlog Pada Tahun 2016-2018. *Jurnal Renaissance*, 5(2), 691–702.
- Sanusi, A. R. (2016). Peranan Organisasi Kemahasiswaan Ekstrauniversiter Sebagai Sarana Pendidikan Politik Mahasiswa Dalam Menumbuhkan Dan Meningkatkan Partisipasi Politik Warga Negara Indonesia (Studi Deskriptif terhadap Organisasi HMI, KAMMI, dan GMNI Komisariat Universitas . *CIVICS: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(1).
- Saputra, R. W., & Claretta, D. C. (2023). Reception Analysis Masyarakat Surabaya terhadap Wacana Presiden 3 Periode. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 639–647.
- Sarbaini, S. (2014). Demokratisasi dan Kebebasan Memilih Warga Negara dalam Pemilihan Umum. *INOVATIF/ Jurnal Ilmu Hukum*, 7(3).
- Sari, N. W. (2018). Peranan Himpunan Mahasiswa Islam Universitas Negeri Yogyakarta Dalam Pendidikan Politik Di Perguruan Tinggi. *AGORA*, 7(3), 234–242.

- Suaib, E., & Lestari, D. T. (2023). Perilaku Pemilih Masyarakat Pesisir Dalam Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara Tahun 2018 Kelurahan Purirano Dan Kelurahan Mata Kota Kendari. *JAPMAS: Jurnal Politik Dan Demokrasi*, 1(2), 76–83.
- Sugiarto, R. (2014). Karakteristik Pemimpin Nasional Ideal menurut Pemilih Pemula Yogyakarta. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 3(1), 203–232.
- Sulistiyo, B., & Suwartiningsih, S. (2016). Peran Media Massa Terhadap Pemilih Pemula Dalam Pemilu Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2014:(Studi Kasus Siswa-Siswi Kelas XII SMA Negeri 1 Salatiga). *KRITIS*, 25(1), 10–26.
- Suparno, A. (2018). Analisis Strategi Political Branding Basuki Tjahaja Purnama Oleh Komunitas “Teman Ahok” Melalui New Media. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3, 199–212.
- Supriono, A. H. Y., & Yahya, A. H. (2019). New Media dan Strategi Periklanan (Analisis Diskursus YouTubers sebagai Stealth Marketing). *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Dan Keagamaan*, 9(1), 17–31.
- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, 4(1).
- Tuffahati, S. T., & Claretta, D. (2023). Analisis Resepsi Penonton terhadap Mitos Menolak Lamaran Pernikahan dalam Film Yuni. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1793–1802.
- Ulya, F. N. (2023). *Soal Gibran Jadi Bacawapres Prabowo, Pengamat: Jadi Masalah Serius Etika Politik*. Kompas. <https://nasional.kompas.com/read/2023/10/24/13141361/soal-gibran-jadi-bacawapres-prabowo-pengamat-jadi-masalah-serius-etika>
- Wance, M., & La Suhu, B. (2019). Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Menentukan Pilihan Politik Pada Pemilihan Kepala Daerah Maluku Utara. *JOURNAL OF GOVERNMENT (Kajian Manajemen Pemerintahan Dan Otonomi Daerah)*, 4(2), 91–115.
- Wibowo, M. T., & Hasan, E. H. E. (2017). Sosialisasi Politik Bagi Pemilih Pemula Di Lingkungan Keluarga (Studi Kasus Kecamatan Lueng Bata B. Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 2(2), 536–551.
- Winarno, B. (2007). *Sistem Politik Indonesia Era Reformasi*. MedPress.
- Zulfikar, N. (2019). Persepsi Pemuda Terhadap Pemilihan Umum Legislatif pada Tahun 2019 di Kecamatan Mila Kabupaten Pidie. *Jurnal Sains Riset*, 9(3), 35–42.