DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, F. A. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Urbanisasi Di Kota Jakarta Dan Surabaya Pada Tahun 2020-2021. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, *2*(2), 41-53.

Anugerah, Y. E. (2023). *Analisis Wacana Kritis Program Berita Liputan 6 Talks Episode "Di Balik Batalnya Piala Dunia U-20 Dan Lobi Sakti Erick Thohir"* [Undergraduate Thesis]. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Astriani, R., & Nanda, S. E. (2022). The Effect Of Using Instagram Social Media On Followers'information Requirements In Following Accounts@ Folkative. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, *1*(1), 01-09.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Jakarta : Badan Pusat Statistik Indonesia. ISSN: 0126-2912, Hal. 506

Databoks.katadata. (2024). *KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial*. (https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial, diakses pada 28 April 2024).

El Qudsi, M. I., & Syamtar, I. A. (2020). Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, *4*(2), 167-185.

Fatmawati. (2021). *Kampaye Politik: Sebuah Pendekatan Fenomenologi*. Cv. Amerta Media.

Heriyanto, H. (2023). Penguatan Dan Optimalisasi Fungsi Lembaga Legislatif Di Daerah. *Jurnal Administrasi Negara*, *1*(4), 250-258.

Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, *8*(1), 1-17.

Instagram. (2024). *Diary Ning Ais*.
(https://www.instagram.com/diary.ningais?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==)

Iqbal, M. (2019). Digital Storytelling Marketing Politik Di Instagram: Analisis Isi Kualitatif Akun Instagram @Ridwankamil Pada Pilkada Jabar 2018. *Dinamika Komunikasi Dan Kearifan Lokal*.

Kusumaningtyas, S. W., & Zon Vanel. (2019). The Role Of Instagramas An Information Deliverance To The Citizen By The Public Relations Of Salatiga City Government. *Expose – Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(1).

Liebhart, K., & Bernhardt, P. (2017). Political Storytelling On Instagram: Key Aspects Of Alexander Van Der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. *Media And Communication*, *5*(4).

Murti, S. T. R. (2022). *Impression Management Pejabat Publik Melalui Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Pengelolaan Kesan Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi Dalam Akun Instagram @Ericahyadi_)* [Skripsi]. Upn Veteran Jawa Timur.

Morissan. (2019). *Riset Kualitatif - Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.

Nursal, A. (2004). *Political Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia.

Parker, C. M., Saundage, D., & Lee, C. Y. (2011). Can Qualitative Content Analysis Be Adapted For Use By Social Informaticians To Study Social Media Discourse? A Position Paper. *22nd Australasian Conference On Information Systems*.

Pratyaksa, I. G., & Putri, N. W. E. (2020). Peranan New Media Dalam Transformasi Fungsi Komunikator Dan Fungsi Konstruksi (Dramaturgy Akun Instagram Walikota Denpasar Rai Mantra Tahun 2019). *Prosiding Seminar Nasional "Kapitalisme Media Dan Komunikasi Politik Di Era Revolusi Industri 4.0"* .

Rabsi, S. (2021). *Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif Ustaz Syamsuddin Nur Dalam Berdakwah Di Media Sosial Tiktok* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).

Ratnaningtyas, E. M., Ramli, Syafruddin, Edi Saputra, Desi Suliwati, Bekty Taufiq Ari Nugroho, Karimuddin, Muhammad Habibullah Aminy, Nanda Saputra, Khaidir, & Adi Susilo Jahja. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Republika. (2023). *56 Persen Pemilih Pemilu 2024 dari Kelompok Gen Z dan Milenial*. (https://news.republika.co.id/berita/rx72ap330/56-persen-pemilih-pemilu-2024-dari-kelompok-gen-z-dan-milenial**,** diakses pada 15 Maret 2024)

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Penerbit Graha Ilmu.

Statista. (2024). *Negara-negara terkemuka berdasarkan jumlah pemirsa Instagram pada Januari 2024*. (https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/, diakses pada 28 April 2024).

Subiakto, H., & Ida, R. (2017). Penggunaan Internet dan Budaya Populer dalam Kampanye Politik di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi*, *7*(2), 145-156.

Sunarwan, W., & Surlia, S. P. (2021). Strategi Pencitraan Politik Capres Jokowi Melalui Instagram : Sebuah Analisis Konten Kualitatif. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, *3*(1).

Surijah, E. A., Cokorda Tesya Kirana, Ni Putu Julian Dian Wahyuni, Putu Chrisna Yudi, & Ni Komang Budi Astini. (2017). Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, *9*(1).

Surya. (2024). *Sosok Mahasiswi Cantik, Ais Shafiyah, Caleg Terpilih Termuda DPRD Surabaya 2024 Dari PKB*. (https://surabaya.tribunnews.com/2024/03/15/sosok-mahasiswi-cantik-ais-shafiyah-caleg-terpilih-termuda-dprd-surabaya-2024-dari-pkb, diakses pada 13 Mei 2024).

Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). Teori, Media Dan Strategi. 127– 135.

Weninggalih, L., & Fuady, M. E. (2021). Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand. *Jurnal Riset Public Relations*, 22-32.