

DAFTAR PUSTAKA

- Bawono, M. (2008). Persepsi dan Perilaku Pemilih terhadap Partisipasi Politik dalam Pemilihan Umum Legislatif 2004 di Kabupaten Nganjuk. *M'Power Jurnal*.
- Dr. Muhadam Labolo dan Teguh Ilham, S. (2015). *Partai Politik Dan Sistem Pemilihan Umum Di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGafindo Persada.
- Hanifah, S. N. (2019). Motif Penggunaan Media (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Motif Penggunaan Akun Instagram Gosip Oleh Follower Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret). *Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Indonesia, T. I. (2014). Persepsi Pemilih Pemula pada Pemerintah. *Korupsi, dan Pemilu Nasional*.
- Irrubai, M. L. (2014). Partai Politik Dan Pemilih Pemula. *Society*.
- Juditha, C. (2015). Political Marketing dan Media Sosial (Studi Political Marketing Capres RI 2014 melalui Facebook). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.
- Kartinawati, E., & Purwasito, A. (2021). Preference of Media Politics and Beginner Voter Trust in Surakarta. *Journal of Social Studies*.
- Mahmudah, D. (2016). Pengetahuan dan Pendapat Pemilih Pemula terhadap Akses Informasi Publik. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.
- Nugroho, R. J., & Rizar, D. (2019). Segmentasi Pemilih Pemula Berdasarkan Akses Berita Politik Melalui Media Sosial di Kabupaten Bogor. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*.

- Nur, E. (2020). Tanggapan Pemilih pemula Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mendukung Keterlibatan Dalam Pemilu Legislatif 2019 (The Generation Z Response to Use of Media Social in Supporting Involvement in the 2019 Legislative Election). *Jurnal Peneliti*.
- Perangin-angin, L. L., & Zainal, M. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial. *Jurnal Aspikom*.
- Ratana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*.
- Setiajid. (2011). Orientasi Politik Yang Mempengaruhi Pemilih Pemula Dalam Menggunakan Hak Pilihnya Pada Pemilihan Walikota Semarang Tahun 2010 (Studi Kasus Pemilih Pemula di Kota Semarang). *Integralistik*.
- Suharyanti, & Hanathasia, M. (2021). Kampanye Generasi Berencana (GENRE), Sikap Pemilih pemula di Jakarta, dan Penetrasi Media Sosial Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.
- Susanto, A. B. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Mizan Pustaka.
- Triastari, D. (2011). Persepsi Iklan Politik Pada Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Iklan Politik Kampanye Pasangan

Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilu 2009 di Media Televisi).

Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Wasesa, S. A. (2018). *Personal Branding Code*. Jakarta: Noura.