

MENENTUKAN CAPRES DAN CAWAPRES 2024 MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Fajar Kurniawan¹, Tuty Mutiah²

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika

fajar.fuw@bsi.ac.id, tuty.ttt@bsi.ac.id

ABSTRAKSI

Kunci keberhasilan dalam mengumpulkan suara dalam politik salah satunya dengan strategi komunikasi. Untuk mengetahui mahasiswa fakultas ilmu komunikasi UBSI dalam penggunaan media sosial untuk menentukan capres dan cawapres 2024 merupakan tujuan dari penelitian ini. Metode kualitatif yang digunakan dengan model interaksi dengan melakukan wawancara, dengan tiga informan menjelaskan bahwa dalam menentukan pilihan capres dan cawapres 2024 alasannya melalui penggunaan media sosial karena mempunyai pandangan politik sendiri bagi setiap individu dalam mencari informasi yang didapat mengenai program kerja serta visi misi dengan memakai bahasa yang mudah dipahami oleh capres dan cawapres 2024 melalui media sosial. Terkadang yang harus dipelajari terkait beberapa informasi lebih lanjut. Sehingga media sosial dalam menampung aspirasi dapat menjadikan masyarakat sebagai salah satu media sebagai penyampaian pesan yang disampaikan oleh masyarakat sehingga dapat ditanggapi capres dan cawapres 2024.

Kata Kunci: Partisipan, Media Sosial. Capres Cawapres 2024.

PENDAHULUAN

Pemilihan umum (pemilu) proses otoritas secara legal oleh partisipasi kandidat di control sehingga lembaga pengawas yang berlaku disahkan oleh hukum. Saat ini hadir media sosial bagi sebagian besar masyarakat sudah menjadi kebutuhan yang dirasa dalam kehidupan memiliki peranan tersendiri besar masyarakat. Sumber informasi melalui media sosial menjadi sarana berinteraksi sampai bersosialisasi. Apalagi era globalisasi saat ini sangat pesatnya perkembangan teknologi salah satunya adalah internet. Teknologi berbasis internet bahkan secara global komunikasi pun bisa dilakukan tidak terbatas oleh ruang dan waktu dalam melakukan interaksi yang bisa digunakan melalui beberapa media untuk saling bertatap bahkan panggilan video.

Sehingga kecenderungan para politisi dalam menggunakan media sosial dan media massa untuk berkampanye. Karena perbedaan karakter dalam penyampaian pesan kepada masyarakat. Dalam demokrasi bernegara menjadi pendukung komunikasi politik karena karakteristik media sosial. (Susanto, 2017) Selain itu penyampaian secara cepat, mudah dan tepat media sosial dengan strategi dan kerja politik harus mempunyai profesional pesan politik kepada masyarakat yang terstruktur. (Siagian, 2015)

Sehingga keberhasilan dalam kampanye politik untuk mencapai dalam memaksimalkan strategi tim dalam perencanaan dan pembentukan untuk mencapai target calon pemilihnya sebagai salah satu yang dapat digunakan media sosial. Sering kali referensi utama pemula di media sosial dan partisipasi pemilih pemula memiliki hubungan yang signifikan yang dapat memberikan melek politik kepada para pemilih pemula dengan memberikan wawasan yang memberikan motivasi. (Sekarwulan, 2020)

Pengaruh besar yang dari media sosial sebesar 54,79% sehingga dalam memberikan informasi kepada pemilih muda melalui media sosial yang cenderung pada politisi yang aktif. Karena perkembangan dan pergeseran penggunaan media informasi bersifat klasik seperti beralih ke berbasis online dari media cetak dan elektronik. Secara umum dalam varian media

sosial dalam kegiatan berinteraksi seperti Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram, Twitter



Sumber: <https://gaungmedia.com/2022/07/26/pengguna-sosial-media-dan-internet-indonesia-2022/>

Di Indonesia facebook merupakan platform paling sering digunakan oleh Milenial, kemudian Instagram dan twitter semakin berkembang dapat dengan mudah mencari informasi pendidikan, sosial budaya, ekonomi, hukum serta politik yang dalam konteks pembahasan penelitian ini.

Platform media sosial pada pemilihan 2014 yang sering digunakan dan merupakan twitter yang paling berpengaruh kemudian facebook dan youtube. (Ardha, 2015) Selain itu untuk menyampaikan visi dan misi dapat digunakan oleh para politisi menggunakan media sosial facebook karena para politisi langsung merespon apa yang disampaikan secara optimal menggunakan media sosial dalam para politisi di media sosial mengunggah konten yang menarik perhatian masyarakat. (Mulyani, 2018)

Adanya moderanisasi pada komunikasi politik menggunakan media sosial dalam pemilu memperoleh perhatian dari masyarakat untuk menyebarkan informasi dan kampanye mendapatkan simpati sehingga media sosial sebagai alat kampanye politik. Dimana strategi yang digunakan dalam berbagai setiap memiliki target calon pemilihnya dapat digunakan media sosial terutama dikalangan calon pemilih muda.

KAJIAN LITERATUR

Yang dipakai pada penelitian ini dengan adanya efek yang mempengaruhi fenomena media sebagai pisau bedah pengguna media dengan teori uses and gratifications berperan aktif secara kognitif, afektif dan integratif. Blumer dan Katz (Rakhmat, 2012) Selain itu dalam menentukan media bersumber serta berperan aktif memenuhi kebutuhan pengguna media. (Romli, 2016) Sehingga dalam menentukan media apa dengan mengetahui motif masyarakat yang digunakannya seperti information, identitas pribadi interaksi sosial dan kebutuhan hiburan.

Media Sosial

Dimana suatu media sosial yang menghasilkan konten, media sosial hakikatnya berpengaruh positif maupun negatif selain itu, bisa menjadi pengaruh positif maupun negatif yang berada pada dua posisi. (Nasrullah, 2017) Tentu aplikasi yang dapat mengubah bentuk dialog alternatif serta dapat berbagi informasi diantaranya Facebook, Instagram,

Twitter, Youtube dengan media berbasis online sehingga media sosial bermanfaat dan bertujuan sebagai bentuk penggunaan teknologi berbasis aplikasi suatu komunikasi.

Fungsi Media Sosial

Fungsi dari media sosial merupakan suatu media yang didesain menggunakan internet dan teknologi web untuk memperluas interaksi sosial. Media sosial searah merupakan media siaran yang mentransformasi hasil dari praktik komunikasi dari satu institusi menjadi dialogis antar praktik kebanyakan audience komunikasi. Demokratisasi merupakan pengetahuan dan informasi yang didukung oleh media sosial dengan mentransformasi media kepada manusia. (Horizons, 2017)

Manfaat Media Sosial

Manfaat media sosial sebagai peran media itu sendiri yang dikembangkan dalam sistem relasi, koneksi, komunikasi dan sikap seperti bagian dari sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan dengan memanfaatkan dengan beragam informasi dengan berbagai aplikasi media sosial untuk belajar konten-konten sebagai aspek sarana dalam menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat dengan latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Sehingga media sosial yang tumbuh dengan cepat sesuai dengan ensiklopedi global. Sehingga dalam konteks ini, perlu adanya pembekalan diri dengan kekritisan pengguna media sosial dengan kebijaksanaan penggunaannya seperti pisau analisa yang tajam.

Selain itu bermacam aplikasi media sosial seperti sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi pada dasarnya beragamnya konten menjadi informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa. Dalam konteks ini, dengan cara membentuk kebijakan organisasi bagi segenap karyawan maupun lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya penggunaan media sosial dan pelatihannya dengan memaksimalkan fungsi media sosial dalam rangka menyesuaikan. Sehingga media sosial dalam beberapa hal bisa dilakukan dengan mengintegrasikan penyebaran konten yang relevan dengan membuat blog organisasi.

Sedangkan sarana perencanaan, strategi dan manajemen dalam penggunaan media sosial yang domain pasti akan terarah. Karena manajemen dan marketing dapat melancarkan perencanaan dan strateginya di tangan para pakar media sosial. Seperti promosi, menggaet pelanggan setia dapat menghimpun respons masyarakat dengan cara mendidik publik serta menghimpun loyalitas tomer dan menjajaki market.

Partisipasi Politik

Keterlibatan masyarakat secara garis besar partisipasi untuk mempergunakan pendapat yang menyangkut kepentingan masyarakat dan hak serta keikut sertaan setiap warga dalam menyampaikan secara langsung atau tidak proses pengambilan keputusan. Sedangkan keikutsertaan warga negara menjadi partisipasi mempengaruhi kehidupan politik dalam menentukan segala keputusannya. Selain itu kegiatan sekelompok orang partisipasi politik sebagai seseorang dalam kehidupan politik untuk ikut serta secara aktif, seperti mempengaruhi kebijakan pemerintah dengan memilih pimpinan negara. (Budiardjo, 2018)

Bentuk Partisipasi Politik

Dalam aktivitas politik memilih calon wakil rakyat dengan pemungutan suara (voting) partisipasi politik untuk memilih Kepala Negara seperti menduduki jabatan politik atau administrasi dengan mencari jabatan politik atau administrasi menjadi anggota aktif dalam suatu organisasi politik, kemudian menjadi anggota pasif dalam suatu organisasi politik, anggota pasif dalam suatu organisasi semi politik dan anggota aktif dalam suatu organisasi semi politik. Selain itu, partisipasi dalam rapat umum, demonstrasi dalam diskusi politik internal dan dalam pemungutan suara. Rush dan Althoff (Maran, 2001)

Pengertian Pemilihan Umum

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan kegiatan politik dalam memilih seseorang. Sehingga diadakannya pemilihan umum sebagai wujud negara berdasarkan suara mayoritas terbanyak dengan cara demokrasi untuk para pemimpin yang dipilih. Oleh karena itu, dalam system demokrasi di lembaga perwakilan rakyat serta pemilihan umum yang dipercaya. (Surbakti, 2012).

Selain itu, UU. No. 8 tahun 2012 dan UU. No. 15 tahun 2011, menyatakan memilih eksekutif dalam pemilu tidak hanya diperuntukan Presiden dan Wakil Presiden, tetapi bisa dilakukan untuk memilih badan legislatif memilih wakil-wakil yang duduk dalam lembaga perwakilan rakyat, diantaranya, Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi serta Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota.

Generasi Milenial

Generasi Milenial merupakan pemahaman dasar dari pengelompokan generasi Y lahir pada Tahun 1980-an sampai tahun 2000 biasa di sebut generasi milenial, saat ini tahun 2022 gereasi milenial rata-rata di usia 20 sampai 42 tahun dengan memiliki pemikiran bahwa generasi milenial yang di pengaruhi fenomena budaya dengan sekelompok individu mengalami fase dalam kehidupan dan kejadian menyebabkan terbentuknya fenomena serta ingatan secara kolektif yang berdampak dalam kehidupan kejadian historis, sosial dan efek budaya yang bersamaan terbentuknya perilaku individu, nilai, dan kepribadian dalam pengelompokan generasi yang mendasar, seperti faktor demografi yang historis ada pada kejadian-kejadian dimana kesamaan tahun lahiran serta faktor sosiologis. (Dencker et al, 2008)

METODE PENELITIAN

Penelitian yang berfokus menganalisa bagaimana pengaruh media sosial dalam menentukan capres dan cawapres generasi milenial yaitu mahasiswa prodi ilmu komunikasi cabang kalimalang secara penelitian kualitatif. Penelitian ini melakukan observasi dan wawancara mendalam kepada informan, setelah itu sebelumnya data yang diperoleh di analisa dengan tahapan melakukan reduksi data kemudian mendapatkan kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana sebuah fenomena yang terjadi dilingkungan sosial yang alamiah dengan cara memahami, menelaah sekelompok orang pandangan, perasaan, perilaku dan sikap suatu individu. (Moleong, 2018) Sedangkan menggunakan deskriptif bagian dari jenis penelitian karena dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi sehingga menganalisis dengan menggambarkan sebuah hasil penelitian dalam pengumpulan data akan dilakukan. (Sugiyono, 2014)

Sehingga media mengetahui alasan masyarakat dalam pada teori ini membantu menentukan media dengan motif-motif yang terdiri dari informasi seperti information,

identitas pribadi, interaksi sosial dan kebutuhan hiburan. Analisis data kualitatif dilakukan dengan cara berikut ini: Miles dan Huberman (Sugiyono, 2014)

1. Reduksi data, merupakan memilih bagian penting serta merangkum data untuk hal yang pokok.
2. Penyajian data, merupakan cara mendeskripsikan pada menyajikan data dengan bentuk uraian singkat bersifat naratif serta bagan dan lain-lain.
3. Menarik kesimpulan, merupakan penjelasan, sebab akibat dalam memahami dengan mencari arti serta proposisi.

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa UBSI dengan mewawancarai 3 mahasiswa yang aktif pada prodi Ilmu Komunikasi cabang Kalimantan mengenai Menentukan Capres Dan Cawapres 2024 Melalui Penggunaan Media Sosial.

PEMBAHASAN

Generasi Milenial dalam penggunaan Media sosial

Saat ini dimana zaman modernisasi tentunya menjadi tantangan besar generasi milenial menjadi dampak yang paling pengaruh bagi banyak dalam pemilihan umum dengan mempercayai informasi dari media sosial.

“Beberapa generasi milenial dalam pemilihan umum berpengaruh mencari informasi melalui media sosial seperti media sosial Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter dan lain sebagainya, umumnya aplikasi yang di gunakan generasi milenial yaitu Facebook, Whatsapp dan instagram dimana dalam hal pemilihan umum, seorang calon pemimpin dengan kepribadian serta aktifitas sosial yang di bagikan lewat media sosial ini menjadi suatu ketertarikan khusus bagi generasi milenial menjadi satu penilaian tinggi dari generasi milenial tanpa memandang seorang calon pemimpin latar belakang partai mana.” (Informan 1)

“Tidak semua para generasi milenial dapat terpengaruh pada media sosial yang ada, saat pemilihan umum salah satu faktor yang penyebabnya merupakan kurangnya akses jaringan internet bagi generasi milenial.” (Informan 2)

“Kurangnya akses jaringan internet bagi kalangan milenial karena akses jaringan tidak sampai memasuki wilayah-wilayah dimana pada akses dengan mudah karena jaringan lemah.” (Informan 3)

Mencari informasi mengenai Capres dan Cawapres menggunakan media sosial

Mencari informasi Capres dan Cawapres salah satu sarana yang sering dengan menggunakan media sosial. Menurut informan, disebabkan karena dalam mencari sebuah informasi saat ini jarang menggunakan media televisi atau radio. Kemudian menggunakan media sosial dalam mencari informasi merupakan alasan mengapa informan dapat disampaikan sebagai berikut.

“Pernah dong, tentunya lumayan sering banget di media sosial saya mencari informasi capres dan cawapres.” (Informan 1)

"Iya saya sering di media sosial mencari informasi tentang politik karena memang sekarang ini kalo nyari apa apa menggunakan media sosial." (Informan 2)

"Menurut saya menggunakan media sosial lebih mudah cari dibanding media lain." (Informan 3)

Melihat media sosial dari Capres dan Cawapres sebagai mengisi waktu luang

Adapun kegiatan sering dilakukan masyarakat dalam mengisi waktu luang salah satunya dengan melihat media sosial mengenai tentang capres dan cawapres untuk mengetahui berita terbaru di media sosial kegiatan apa yang sedang dilakukan. Hal tersebut berkaitan dengan pernyataan yaitu sebagai berikut.

"Iya terkadang mengisi waktu luang biasanya saya melihat media sosial para poliyikus di media sosial mereka mereka buat cari tau aja ada berita terbaru apa." (Informan 1)

"Saat ada waktu luang saya pasti membuka media sosial kemudian terkadang saya juga melihat media sosial mereka sedang melakukan kampanye apa." (Informan 2)

"Buat iseng iseng aja sih ngisi waktu Iya biasanya buka merdia sosial." (Informan 3)

Memahami visi dan misi dari Capres dan Cawapres menggunakan media sosial

Salah satu cara menggunakan media sosial untuk menyampaikan visi dan misin Capres dan cawapres. Hal tersebut dimanfaatkan oleh mahasiswa ilmu komunikasi untuk mengetahui program kerja, visi, misi, dan informasi lainnya. Hal tersebut berkaitan dengan pernyataan dari salah satu informan yang berhasil kami wawancarai yaitu sebagai berikut.

"Iya, kadang nyari tau program dia tuh apa aja kalo nanti kepilih. Dan kadang mereka tuh pake media sosial youtube buat nyampein visi misi mereka. Saya sering liatnya biasanya disitu." (Informan 1)

"Selain media sosial, tak jarang capres dan cawapres menyampaikan visi dan misi melalui selebaran yang mereka berikan kepada masyarakat seperti brosur. Hal tersebut berkaitan puladengan pernyataan salah satu informan yaitu sebagai berikut." (Informan 2)

"Iya saya tau dari medsos, tapi selain itu saya juga tau dari selebaran yang biasa mereka kasih tuh. Kan suka ada yang kampanye di jalan-jalan gitu, nah saya dapet dari situ." (Informan 3)

Mengenai informasi visi misi dalam capres dan cawapres cukup mudah untuk dipahami karena dengan adanya unggahan informasi yang disampaikan dengan bahasa mudah diingat dan dipahami. Hal tersebut berkaitan dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan kami yaitu sebagai berikut.

"Pasangan capres dan cawapres sebagian visi misinya ada yg mudah dipahami dan ada yang untuk di telaah lebih lanjut" (Informan 1)

"Iya mudah dipahami karena tim sukses dari capres dan cawapres tersebut biasanya menciptakan konten dengan bahasa yang mudah diingat dan dipahami." (Informan 2)

“Misalnya ada isu atau kasus atau program kerja dari capres dan cawapres biasanya saya share ke temen baik yang satu pandangan politik atau beda. Biasanya di share ke temen buat bertukar pendapat aja sih.” (Informan 1)

Cara yang digunakan melalui mediasosial, akan tetapi dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka. Seperti kedua informan kami dalam pernyataannya yang disampaikan berikut ini.

“Kalo bertukar informasi di medsos, saya gak pernah. Saya lebih seneng ngobrol langsung aja gitu. Biasanya saya kalo ngomongin politik itu sama keluarga soalnya kan yang satu pandangan sama saya. (Informan 2)

“Saya jarang sih kalo bertukar informasi di medsos, saya lebih seneng tatap muka, ngobrol langsung aja gitu” (Informan 3)

Berkomunikasi dengan Capres dan Cawapres menggunakan media sosial

Di media sosial capres dan cawapres terjadi komunikasi yang dilakukan biasanya tergolong satu arah karena salah satu pasangan capres dan cawapres hanya menyampaikan komentar. Hal itu dilakukan dengan cara menjawab unggahan ataupun membuat unggahan di akun media sosial pribadi dan menyebut nama akun pasangan capres dan cawapres tersebut. Hal ini berkaitan dengan pernyataan yang berhasil dikumpulkan dengan informan yaitu sebagai berikut.

“Pernah palingan kayak ngeshare instagram stories di akun pribadi terus di tag akun capres dan cawapres yang dituju.” (Informan 1)

“Pernah lebih tepatnya berinteraksi lewat komentar di twitter.” (Informan 2)

Sarana yang tidak efektif dalam penggunaan media sosial bisa dikatakan kepada pasangan capres dan cawapres mungkin akan efektif bahkan menjadi viral apabila dibaca. Hal yang sulit merupakan bertatap muka dengan capres dan cawapres menggunakan media sosial. Hal tersebut berkaitan dengan pernyataan informan yaitu sebagai berikut.

“Tidak efektif apabila di media sosial karena bakalan sulit jika tidak bertatap muka secara langsung dan apabila bertatap muka secara langsung itu dianggap sulit juga (Informan 3)

“Tidak bisa dibilang efektif karena ada capres dan cawapres yang akunnya di kelola oleh tim capres dan cawapres tersebut. Mungkin kalo pesan yang disampaikan seseorang jadi viral bisa mengakibatkan tokoh capres dan cawapres tersebut mungkin” (Informan 2)

“Melihat pesan tersebut. Kalau capres dan cawapres ingin menyampaikan pesan untuk masyarakat luas bisa efektif karena saat ini banyak masyarakat yang menggunakan akun media sosial untuk mencari informasi.” (Informan 3)

PENUTUP

Partisipasi politik generasi milenial media sosial dalam pemilihan umum memang cukup signifikan. Karena mayoritas generasi milenial tidak menjamin dalam menentukan pilihan dengan memberikan suara generasi milenial kepada suatu kandidat calon, terdiri dari tim sukses yang mempengaruhi beberapa faktor seperti kualitas dari generasi milenial,

faktor kedekatan. Selain itu tidak semua generasi milenial menggunakan media sosial yang ada. Karena dalam pengambilan keputusan untuk memilih. Selain itu faktor yang membuat generasi milenial dalam fasilitas akses jaringan media sosial. Sehingga faktor yang melatarbelakangi generasi milenial dalam berpartisipasi pada pemilihan umum.

Sehingga alasan dalam menentukan pilihan capres dan cawapres 2024 bukan merupakan sebuah media sosial dikarenakan mempunyai pandangan politik sendiri bagi setiap individu pengguna media sosial yang dijadikan sebagai sarana mengenai capres dan cawapres 2024 dalam mencari informasi program kerja, visi dan misi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, D. P. (2014). Studi Kualitatif Pemenuhan Kebutuhan Musik dari Media dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Mahasiswa FISIP UI. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UI.
- Ardha, B. (2014). Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik. *Jurnal Visi Komunikasi* 13, 105–120.
- Budiarjo Miriam, Jakarta 2008 . Dasar-Dasar Ilmu Politik. Gramedia: Pustaka Utama
- Dencker, J. C., Joshi, A., & Martocchio, J. J. (2008). Towards a Theoretical Framework Linking Generational Memories To Workplace Attitudes And Behaviors. *Human Resource Management Review*, 18 (3), 180–187. doi: 10.1016/
- Budiyono (2016). Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada Dki Jakarta. *Jurnal Komunikasi* 11, 47–62.
- Effy Rusfian & Lestari Nurhajati, 2016 . Political Public Relations Dalam Media Sosial . Jakarta: UI Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik* 1, 5–16.
- Haloho, E. E., Rembang, M., and Waleleng, G. (2016). Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Manado 2016. *E-Journal "Acta Diurna"* 5.
- Immawati Fitri Lestari, 2017. Kreatif Di Sosmed Ala Milenial . C-klik media. j.hrmr.2008.07.007.
- Kriyantono, R. (2010). Teknik Praktis Riset Komunikasi (Jakarta: Kencana).
- Maran Rafael Raga , 2001 . Pengantar Sosiologi Politik . Rineka Cipta: Indonesia
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Nuari, R. and B, Y. (2014). Pengaruh Kampanye Capres- Cawapres Di Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2014 (Studi Pada Mahasiswa Fisip UI).
- Noble, S. M., & Schewe, C. D. (2003). Cohort Segmentation: An Exploration Of Its Validity. *Journal of Business Research*,
- Ra Rakhmat, J. (2012). Komunikasi Massa (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Ratnamulyani, I. A. and Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora* 20, 154–161.
- Rifefan, M. (2014). Penggunaan Media Online dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademisi.
- Romli, K. (2016). Komunikasi Massa (Jakarta: Grasindo).
- Siagian, H. F. (2015). Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Al-Khitabah* 11, 17–26.

Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta).

Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM* 3, 379– 379.

Zinaida, R. R. S. and Maharani, D. (2013). Pengaruh Sosial Media Terhadap Sikap Politik Pemula Di Kota Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, 1689–1699. doi: doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004.