

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Ahdiat, A. (2024, September 12). *Selain Google, ini alat pencari informasi yang dipakai Gen Z*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66e2a06dbcdf6/selain-google-ini-alat-pencari-informasi-yang-dipakai-gen-z>
- Ahmad, S., Wasim, S., Irfan, S., Gogoi, S., Srivastava, A., & Farheen, Z. (2019). Qualitative v/s. quantitative research-a summarized review. *Population*, 1(2), 2828-2832.
- Annisa. (2019) *Strategi komunikasi stimulus respons humas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan terpadu satu pintu dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal pada perekonomian di Kota Palembang*. [Thesis, UIN Raden Fatah Palembang]. UIN Raden Fatah Palembang Repository. <https://repository.radenfatah.ac.id/5246/>
- Annur, C. M. (2024, Januari 23). *Bukan TikTok, ini sumber informasi politik utama bagi mahasiswa*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/d94af43937fbb7d/bukan-tiktok-ini-sumber-informasi-politik-utama-bagi-mahasiswa>
- Arini, T. P., & Sudradjat, R. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah: Studi Pada Followers Akun Instagram@Hanan_attaki. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 239-249. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5849>
- Creswell, J. W., & Guetterman, T. C. (2019). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (sixth edition)*. Pearson.
- Elmawati, A. (2024). K-Pop dan Politik: Analisis Topik Pembicaraan pada Akun@aniesbubble pada Masa Pemilihan Presiden 2024. <https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0220017.pdf>

Fahresi, D. (2022). *Pengaruh media sosial akun Instagram @ermansafar terhadap partisipasi politik generasi milenial Bukittinggi pada pemilihan walikota Bukittinggi 2020*. [Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository. <https://repository.uin-suska.ac.id/58404/>

Farid, A. S. (2023). Penggunaan media sosial dalam kampanye politik dan dampaknya terhadap partisipasi politik dan persepsi publik. *QAULAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 45-50. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/1223>

Febriantanto, P. (2019). Analisis faktor determinan peningkatan partisipasi politik penyandang disabilitas pada Pilkada Kota Yogyakarta 2017. *Jurnal Polgov*, 157-190. <https://doi.org/10.22146/polgov.v1i1.48859>

Fitriyah, F., Alfirdaus, L. K., & Manar, D. G. (2021). Partisipasi politik dan pemilih muda: Konteks Pilgub Jateng 2018 dan Pilkada 2019 di Kabupaten Temanggung. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 12(1), 1-10. <https://doi.org/10.14710/politika.12.1.2021.1-10>

Halim, U., & Jauhari, K. D. (2019). Pengaruh terpaan media terhadap partisipasi politik dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Aspikom*, 4(1), 45-59. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.385>

Hinton, P. R., McMurray, I., & Brownlow, C. (2014). *SPSS explained (Second edition)*. Routledge.

Husna, D. (2024). Heuristic political behavior in the 2024 presidential general election: Fandom humanities case study. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik (JISoP)*, 6(1), 78-89. <https://doi.org/10.33474/jisop.v6i1.21636>

- Indikator. (2021, Maret 21). *Survei nasional suara anak muda tentang isu-isu sosial politik bangsa*. Indikator Politik Indonesia. https://indikator.co.id/wp-content/uploads/2021/03/Rilis-Survei-Indikator_21-Maret-2021.pdf
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemp, S. (2021, Februari 11). *Digital 2021: Indonesia*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kemp, S. (2024, Februari 21). *Digital 2024: Indonesia*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kenski, K., & Stroud, N. J. (2006). Connections Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge, and Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 173–192. doi:10.1207/s15506878jobem5002_1
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2021). Pengaruh akun media sosial Instagram@whiteboardjournal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pembaca. *Jurnal InterAct*, 10(2), 24-34. <https://doi.org/10.25170/interact.v10i2.3149>
- Kim, Y., & Chen, H. T. (2016). Social media and online political participation: The mediating role of exposure to cross-cutting and like-minded perspectives. *Telematics and Informatics*, 33(2), 320-330. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.08.008>
- Kinanti, S. P., & Putri, B. P. S. (2017). Pengaruh media sosial Instagram @zapcoid terhadap brand equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53-64. https://www.researchgate.net/profile/Berlian-Primadani/publication/331680226_Pengaruh_Media_Sosial_Instagram_Zapcoid_Terhadap_Brand_Equity_Zap_Clinic/links/5efd1da8a6fdcc4ca4448347/Pengaruh

uh-Media-Sosial-Instagram-Zapcoid-Terhadap-Brand-Equity-Zap-Clinic.pdf

Kurniasih, K. P., Mansoor, A. Z., & Mustikadara, I. S. (2024). Kajian kampanye organik kpopfication "aniesbubble" di platform Twitter/X sebagai ekspresi partisipasi anak muda dalam kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2024. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, 1(3), 1-13.

<https://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/1651>

Milbrath, L. W. (1981). Political Participation. In S. L. Long (Eds.), *The handbook of political behavior* (pp. 197-240). Springer.

Muhamad, N. (2023). *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>

Muslinawati, R., & Aziz, K. F. (2023). Pertumbuhan ekonomi dengan dua faktor kerja di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 5093-5101. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/6526/5438>

Mustofa, I., & Nurfadillah, M. (2021). Analisis pengaruh price earning ratio dan earning per share terhadap return saham pada sub sektor property and real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Borneo Studies and Research*, 2(2), 1460-1468. <https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/1959>

Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson.

Olsen, M. E. (1973). A model of political participation stratification. *Journal of Political & Military Sociology*, 1(2), 183-200. <https://www.jstor.org/stable/45293601>

Pahlevi, R. (2022, Juni 10). *Penetrasi internet di kalangan remaja tertinggi di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi->

telekomunikasi/statistik/d100bd73a8e3529/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia

Pratama, I. N., Hadi, A., & Umami, R. (2024). Penguatan partisipasi politik inklusif dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan generasi z pada Pemilu 2024 di Desa Bagik Polak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2986-2993. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i11.627>

Putra, T. R., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019: studi pada mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193-222. <https://doi.org/10.22146/polgov.v2i1.1372>

Santika, E. F. (2023, November 1). *Warga Twitter suka baca berita, konten apa yang paling dicari?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/2ee01b416d42f1b/warga-twitter-suka-baca-berita-konten-apa-yang-paling-dicari>

Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*. Graha Ilmu.

Sholikha, E. A. (2019). *Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung followers (Survei pada followers akun Instagram @batuflowergarden.cobanraais)*. [Thesis, Universitas Brawijaya]. Universitas Brawijaya Repository. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/172226/>

Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build cultivate and measure success in the new web*. John Wiley & Sons.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (2nd ed.)*. ALFABETA.

Surbakti, R. (2007). *Memahami ilmu politik*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Triadanti. (2019, Februari 26). *Jadi gaya hidup, benarkah fans kpop kaya raya atau cuma modal kuota?* IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?>
- Van Deursen, A. J., & Van Dijk, J. A. (2009). Using the Internet: Skill related problems in users' online behavior. *Interacting with computers*, 21(5-6), 393-402. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2009.06.005>
- Wirasakti, S. A. (2023). *The influence of audience perception on menvertising towards brand attitude: A survey among audience of Dear Me Beauty's #BeautyBeyondLabels Instagram campaign* [Thesis, Universitas Gadjah Mada]. UGM Library Repository. etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/226959
- Yahya, N. K., Warsoyo, A. D., & Ghani, I. M. (2024). Voting behavior patterns of gen z in the 2024 Indonesian Presidential Election in DKI Jakarta. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 4(5), 1611-1625. <https://doi.org/10.38035/jlph.v4i5.574>
- Yolanda, H. P., & Halim, U. (2020). Partisipasi politik online generasi z pada pemilihan presiden Indonesia 2019. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 30-39. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1381>
- Yuliahsari, D. (2016). Pemanfaatan twitter buzzer untuk meningkatkan partisipasi pemilih muda dalam pemilihan umum. *Jurnal The Messenger*, 7(1), 41-48. <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v7i1.288>