

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, I., & Eddyono, A. S. (2025). Trajektori branding politik di Indonesia: Dari kampanye konvensional ke politik performatif di media sosial. *Journal of Politics and Policy*, 7(1), 18-39. <https://doi.org/10.21776/ub.jppol.2025.7.1.2>
- Agung Pambudhy. detikNews. (2024). Ganjar-Mahfud berjaket bomber-kacamata hitam ala "Top Gun" [Format: Fotografi]. detikNews. <https://news.detik.com/foto-news/d-7129212/ganjar-mahfud-berjaket-bomber-kacamata-hitam-ala-top-gun>
- Alphin, C., & Debrix, F. (2023). Biopolitics in the 'Psychic Realm': Han, Foucault and neoliberal psychopolitics. *Philosophy & Social Criticism*, 49(4), 477-491. <https://doi.org/10.1177/01914537211033011>
- Akbar Nugroho Gumay. Antara Foto. (2023). Ganjar menginap di rumah guru honorer [Format: Fotografi]. Antara Foto <https://share.google/5mypB8pTgrRmbnBfb>
- Amalia, A. R., Fitralisti, A., Putri, D. P., Yulianti, R., & Rahmah, A. (2025). Komunikasi Politik Akun Instagram@ raffinagita1717 dalam Branding Personal Prabowo-Gibran di Pemilu 2024. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 52-67. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i1.39>
- Aminulloh, A., Ananda, K. S., Anzari, P. P., Fianto, L., & Qorib, F. (2025). Political Gimmicks on Social Media in the 2024 Indonesian Presidential Election. *The Journal of Society and Media*, 9(1), 74-96. <https://doi.org/10.26740/jsm.v9n1.p74-96>
- Anwar, I. C. (2024, January 4). Apa Itu Aplikasi Bubble K-Popers, Cara Kerja, & Harga Langganan. Tirto.Id. <https://tirto.id/mengenal-aplikasi-bubble-yang-disukai-k-popers-harga-l-gT3f>
- Bakker, A., & Zubair, A. C. (1990). Metodologi penelitian filsafat. Penerbit Kanisius.
- Bari, N. R., Silitonga, N., Maharani, V. S., Raya, Z. Y., & Prakoso Aji, M. (2025). Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Prabowo Subianto di Pesta Rakyat dalam Meraih Suara Gen Z di Pemilu 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.53697/iso.v6i1.3237>
- Blumler, Jay G. & Kavanagh, Dennis. 1999. "The Third Age of Political Communication: Influences and Features". Political Communication. Vol. 16, hal. 209-230.
- Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for Big Data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(28), 7313-7318.

- Brooks, D. (2013, February 4). The philosophy of data. *The New York Times*.
<https://www.nytimes.com/2013/02/05/opinion/brooks-the-philosophy-of-data.html>
- Chandra, S., Hadi, I., & Aritonang, A. I. (2024). The Meaning of Political Messages in Carousel Posts on @ganjar_pranowo's Instagram Account during the 2024 Electoral Campaign Period. *Journal of Content and Engagement*, 103–126. <https://doi.org/10.9744/joce.2.2.103-126>
- Fadhlurrohman, R. (2026). Strategi Kampanye Digital dan Perubahan Pemilih Pemula: Studi Kasus Prabowo-Gibran di Pilpres 2024. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(2), 369–387. <https://doi.org/10.56552/jisipol.v7i2.322>
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16.
- Fernandes, A., Suryahudaya, E. G., & Okthariza, N. (2023). *Pemilih muda dalam pemilihan umum 2024: Dinamis, adaptif, dan responsif*. Centre for Strategic and International Studies (CSIS).
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality: Volume I: An introduction* (R. Hurley, Trans.). Pantheon Books. (Original work published 1976)
- Fundación Princesa de Asturias. (2025). *Byung-Chul Han: Princess of Asturias Award for Communication and Humanities 2025*.
<https://www.fpa.es/en/princess-of-asturias-awards/laureates/2025-byung-chul-han>
- Guizzo, D., & de Lima, I. V. (2015). Foucault's contributions for understanding power relations in British classical political economy. *Economía*, 16(2), 194–205. <https://doi.org/10.1016/j.econ.2015.06.002>
- Goodwin, A., Joseff, K., Riedl, M. J., Lukito, J., & Woolley, S. (2023). Political relational influencers: The mobilization of social media influencers in the political arena. *International Journal of Communication*, 17, 21–21.
- Han, B.-C. (2024). *Burnout Society: Bagaimana pekerja kelelahan dan depresi akibat eksploitasi diri* (K. Maqin, Trans.). Penerbit Independen (PIN).
- Han, B. C. (2017). *Psychopolitics: Neoliberalism and new technologies of power*. (Pratomo, Dwi, Penerjemah). Sumenep: Literatus.
- Handayani, H. (2024). Analisis Framing terhadap Citra Gemoy dalam Portal Berita Online. *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*, 3(1), 70–81. <https://doi.org/10.57251/multiverse.v3i1.1427>
- Hapsari, N. E., Fatinova, D., & Ardan, F. (2025). Analisis Komunikasi Persuasif Capres 2024 Dalam Debat KPU (Kajian Retorika Aristoteles). *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(1), 165–175. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i1.652>
- Hardyansyah, R. P., & Sobari, W. (2024). Pengaruh Gimmick Politik Prabowo–Gibran di Tiktok Terhadap Keputusan Memilih Generasi Z Pemilih Pemula pada Pilpres 2024. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik (JIHHP)*, 5(2). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i2.3200>
- Harjon, Y., & Wijanarko, R. (2024). Konsep Kekuasaan menurut Byung-Chul Han dan Sumbangannya dalam Meminimalisir Anomali Kekuasaan di Indonesia. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 4(2), 209–234. <https://doi.org/10.52738/pjk.v4i2.452>

- Haveaniesday. (t.t.). Situs web interaktif Haveaniesday [Format: Tangkapan layar]. <https://haveaniesdayclone.vercel.app/>
- Hjarvard, S. (2008). *The Mediatization of Culture and Society* (1st ed.). Routledge. 10.1515/nor-2017-0181
- Hops.id. (2023). Deretan artis pendukung Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming [Format: Fotografi]. Hops.id. <https://www.hops.id/trending/29411300329/deretan-artis-pendukung-prabowo-subianto-dan-gibran-rakabuming-ada-raffi-ahmad-hingga-melly-goeslaw>
- Jauhariyah, N. Z., Ilham, M. L., & Rahmawati, N. (2024). Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Pilpres 2024 untuk Memperebutkan Suara Generasi Muda. *Journal Politique*, 4(1), 104-123. <https://doi.org/10.15642/politique.2024.4.1.100-116>
- Kant, Immanuel. (1784). "Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?" (*Answering the Question: What is Enlightenment?*). *Berlinische Monatsschrift*. <https://www.columbia.edu/acis/ets/CCREAD/etscc/kant.html>
- Katadata Insight Center. (2023). Media sosial yang sering digunakan dalam mengakses informasi politik [Format: Grafik]. Katadata Insight Center
- Katadata Insight Center. (2023). Sumber pencarian informasi politik oleh pemilih muda [Format: Grafik]. Katadata Insight Center
- Katadata Insight Center. (2023). Politik di mata anak muda: Temuan survei nasional persepsi dan kecenderungan Gen Z & milenial terhadap capres, parpol, dan kampanye Pemilu 2024. Katadata Insight Center.
- Kompas.id. (2024). "Tabrak, Prof!" Forum buka-bukaan politik dan hukum yang riuh dan apa adanya [Format: Fotografi]. Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/tabrak-prof-forum-buka-bukaan-politik-dan-hukum-yang-riuh-dan-apa-adanya>
- Kuntag, P., & Ohoitumur, J. (2025). Membaca Liquid Society dari Perspektif Burnout Society. *Media: Jurnal Filsafat Dan Teologi*, 6(1), 66-86. <https://doi.org/10.53396/media.v6i1.521>
- Kulau, F. (2024). Tiktok, Instagram and Presidential Election: A Study to Understand How Politainment in Indonesian Political Campaigns 2024. *Informasi*, 54(2), 164-176. <https://doi.org/10.21831/informasi.v54i2.77889>
- Lasser, J., & Poehhacker, N. (2025). *Designing social media content recommendation algorithms for societal good*. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1548(1), 20–28. <https://doi.org/10.1111/nyas.15359>
- Lemke, Thomas. 2011. *Biopolitics: An Advanced Introduction*. New York: New York University Press.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (2010). "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16(3), 247–261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- Medista, A. Z., & Marianata, A. (2024). Generasi Z dan Politik Viral: Analisis Semiotik Simbol "Joget Gemoy" dalam Diskursus Kampanye Politik 2024. *Jurnal Kajian Hukum dan Kebijakan Publik*, 2(1), 683–688. <https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jkhkp/article/view/465>

- Media Mahasiswa Indonesia. (2023). Kolaborasi figur publik pada kampanye Prabowo-Gibran [Format: Gambar]. Media Mahasiswa Indonesia. <https://mahasiswaindonesia.id/efektifitas-capres-02-prabowo-gibran-didukung-oleh-artis-sehingga-mendapatkan-suara-mencapai-57/>
- Meliana, & Al Jannah, D. (2023). Aktivisme Digital Fans K-Pop Dalam Menyuarakan Aksi Penolakan RUU Cipta Kerja (Omnibus Law) Tahun 2020. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3 Nomor 3 Tahun 2023, 8407–8420. <http://innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2820/2225>
- Muhammad, R. B. (2026). Dinamika Elektabilitas dan Strategi Komunikasi Politik Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024. *Stigma Jurnal Ilmu Sosial Politik dan Humaniora*, 5(1), 24-29. <https://doi.org/10.59086/stigma.v5i1.647>
- Ngopibareng.id. (2024). Ganjar menginap dan bercengkerama di angkringan bersama petani Gunungkidul [Format: Fotografi]. Ngopibareng.id. <https://www.ngopibareng.id/read/ganjar-nginap-di-rumah-petani-gunungkidul-warga-tak-menyangka>
- Nieland, J. U. (2008). Politainment. *The international encyclopedia of communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp047>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Plasser, Fritz. Relevance 2001. for Professional”. “Diminishing Campaign The Harvard International Journal of Press/Politics. Vol. 6. London: Sage Publications.
- Pratama, M. H. P., & Efendi, E. (2024). Strategi Komunikasi Digitalisasi Ganjar Pranowo Menuju Pilpres 2024. *Medium*, 12(1), 1-18. <https://doi.org/10.25299/medium.v12i1.16854>
- Pratiwi, S., Wuriani, N. I., Hasibuan, A. M. S. B., & Rahardjo, T. (2025). Strategi Politainment Akun X Anies Bubble dalam Periode Kampanye Pilpres 2024. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 152-166. <https://doi.org/10.32509/wacana.v24i1.4892>
- Priandika, K. R., & Wijaya, D. T. C. Trend Politainment dalam Pemberitaan Debat Capres Pemilihan Umum Indonesia Tahun (2024). *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(1). <https://jurnal.uns.ac.id/kom/>
- Puti, T. R., & Wijayanto. (2025). Perbandingan Branding Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo di Instagram pada Masa Kampanye Pilpres 2024. *Journal of Politic and Government Studies*, 14(2), 1-18. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/49375>
- Rahmat, F. N., Gasa, F. M., Rusdin, F. R., & Marut, Y. B. (2025). Political Gimmicks on Social Media in the 2024 Presidential Election and Criticism of Democratic Practices in Indonesia: Gimik Politik di Media Sosial Pada Pilpres 2024 dan Kritik Terhadap Praktik Demokrasi di Indonesia. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 120-130. Retrieved from <https://kanal.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/1864>

- Ridout, T. N., & Searles, K. (2011). It's My Campaign I'll Cry if I Want to: How and When Campaigns Use Emotional Appeals. *Political Psychology*, 32(3), 439–458. <http://www.jstor.org/stable/41262871>
- Riegert, K., & Collins, S. (2015). Politainment. In *The International Encyclopedia of Political Communication*, G. Mazzoleni (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc157>
- Rizki Sandi Saputra. Serambinews.com. (2024). Momen Gibran celingak-celinguk mencari jawaban ke Mahfud MD saat Debat, Tanggapan TKN: Agar Suasana Lebih Riang. [Format: Tangkapan layar]. Serambinews.com. <https://aceh.tribunnews.com/2024/01/22/momen-gibran-celingak-celinguk-ke-mahfud-md-saat-debat-tanggapan-tnk-agar-suasana-lebih-riang>
- Schultz, D. A. (2012). *Politainment: The ten rules of contemporary politics a Citizens' guide to understanding campaigns and elections*. David Schultz.
- Syammas, I., Rumahorbo, Y. R. J., & Arrafii, A. (2025). Analisis Bentuk Political Participatory Culture Fanbase Anies Baswedan. *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 5(2).
- Tandung, C. S., Brasit, N., & Yusuf, R. M. (2023). Disrupsi Politik: Strategi Marketing Politik Menggunakan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Generasi Milenial Dan Gen Z Di Pilpres 2024. *Journal of Risk and Uncertainty Issues*, 2(1), 51-80. <https://doi.org/10.56282/jrui.v2i1.524>
- TikTok. (2023). Trend dance joget "Oke Gas" [Format: Tangkapan layar]. TikTok
- Tirto.id. (2023). Grafik tingkat keterpilihan capres-cawapres di kalangan pengguna media sosial [Format: Grafik]. Data: Survei LSI Denny JA. <https://tirto.id/siapa-capres-yang-paling-banyak-dipilih-pengguna-medsos-gVke>
- Urfan, N. F. (2011). Membaca Gejala “Mediatisasi” Politik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 37–50. Retrieved from <https://journal.uin.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6376>
- Wijaya, Y. S. (Antara). (2024). Joget gemoy Prabowo demi pilih muda [Format: Fotografi]. Tempo.co. <https://majalah.tempo.co/read/nasional/170642/gemoy-prabowo-pemilih-muda>
- Wyllie, R., & Knepper, S. (2025, January 9). *Five ways to read Byung-Chul Han*. The Philosopher. <https://www.thephilosopher1923.org/post/five-ways-to-read-byung-chul-han>
- Yeung, F. S. (2025). *Mourning neoliberalism: emancipation in the age of precarity and digital psychopolitics* (Doctoral dissertation, University of Essex).

Sumber dari media sosial:

- @aniesbaswedan & @cakiminow. (2024). Konten gimik politik slepet sarung [Format: Tangkapan layar]. Instagram

- @aniesbubble & @humaniesproject. (2024). Food truck dan light stick sebagai dukungan yang unik dan kreatif yang menyerupai konser idola K-pop [Format: Tangkapan layar]. X
- @ganjarpranowo. (Tahun). Ganjar Pranowo nyantai berkaos penguin [Format: Tangkapan layar]. X
- @prabowo.gibran2. (2024). Baliho AI Prabowo-Gibran [Format: Tangkapan layar]. Instagram
- @sahabatganjar. (2023). Simbol nomor urut tiga dan salam metal [Format: Tangkapan layar]. X
- @ubahbareng. (2024). Forum Diskusi Desak Anies [Format: Tangkapan layar]. X