

## GLOBAL DEVELOPMENT : MENINGKATKAN POPULARITAS CALON DI PEMILU 2024 MELALUI KAMPANYE DIGITAL DALAM PERPSEKTIF KEWARGANEGARAAN

Aditya Dhaniel Wicaksana  
*Universitas Sebelas Maret Surakarta*  
adityadhanielw@student.uns.ac.id

### ABSTRAK

Artikel ini bertujuan memperoleh pemahaman mengenai strategi calon maupun partai dalam berkampanye dan bagaimana para calon dan partai tersebut memanfaatkan perkembangan teknologi untuk berkampanye, serta untuk melihat bagaimana respon masyarakat atau warga negara dalam menyikapi kampanye digital di pemilu 2024 ini dalam perpspektif kewarganegaraan. Artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan memakai pendekatan deskriptif kualitatif. Media sosial Instagram berperan penting dalam mengkomunikasikan citra aktor politik untuk membranding dirinya ke publik. Penggunaan branding "gemoy" hingga kampanye iklan yang kreatif seperti penggunaan AI dalam pembuatan konten cukup efektif karena mampu meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya masyarakat muda. Kampanye digital telah membawa dampak yang signifikan bagi masyarakat, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk tetap kritis dan waspada terhadap konten yang mereka konsumsi di dunia digital. Netizen Indonesia harus perlu menaikkan kesadaran mengenai etika digital dalam hal ini etika kesopanan, penyebaran informasi dan etika menanggapi sebuah komunikasi politik termasuk kampanye digital.

**Kata kunci** : Komunikasi politik, kampanye digital, kewarganegaraan

### ABSTRACT

*This article aims to gain an understanding of the strategies of candidates and parties in campaigning and how these candidates and parties utilize technological developments to campaign, as well as to see how the public or citizens respond to digital campaigns in the 2024 elections from a civic perspective. This article uses a qualitative research method using a qualitative descriptive approach. Instagram social media plays an important role in communicating the image of political actors to brand themselves to the public. The use of "gemoy" branding to creative advertising campaigns such as the use of AI in content creation is quite effective because it can increase public awareness, especially young people. Digital campaigns have had a significant impact on society, both positive and negative. Therefore, it is important for people to remain critical and alert to the content they consume in the digital world. Indonesian netizens need to raise awareness regarding digital ethics, in this case the ethics of politeness, disseminating information and the ethics of responding to political communications, including digital campaigns.*

**Keyword:** *Political communication, digital campaign, citizenship*

### PENDAHULUAN

Dinamika perkembangan global yang sudah terjadi di saat ini bisa dibidang mempengaruhi berbagai sektor

kehidupan manusia baik di sektor ekonomi, sosial, budaya, hukum bahkan politik. Adanya perkembangan global tentu saja

membawa dampak baik itu positif maupun negatif. Salah satu perkembangan global yang terjadi di bidang atau sektor politik adalah kampanye digital atau komunikasi digital yang dilakukan oleh para calon ataupun partai kepada masyarakat atau warga negara dengan tujuan untuk menaikkan popularitas calon atau partai tertentu serta menghemat segala sesuatu baik waktu tempat dan anggaran. Namun perkembangan ini tidak serta merta direspon secara positif oleh masyarakat atau warga negara, memang ada masyarakat atau warga negara yang ikut mengkampanyekan atau justru membuat konten-konten mengenai paslon atau partai tertentu, tetapi masih ada juga masyarakat atau warga negara yang masih menggunakan platform digital untuk menyerang paslon atau partai lain, menyebarkan berita hoax dll. Tentu dengan adanya penguasaan kompetensi kewarganegaraan dalam aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan kewarganegaraan akan jadi bekal masyarakat atau warga negara dalam merespons kampanye digital tersebut.

Menurut kajian dari Susanto yang mengutip dari Burke, penggunaan platform digital khususnya media sosial dalam melakukan komunikasi politik seperti kampanye mempunyai beberapa manfaat seperti bisa untuk menaikkan partisipasi publik, menaikkan popularitas dari calon atau partai tertentu dan mendorong kontribusi juga umpan balik. Melalui platform digital berupa media sosial, tidak ada hambatan atau kendala baik dari segi anggaran, waktu dan jarak sehingga terdapat adanya proses keterbukaan dalam interaksi antara

calon dengan masyarakat atau warga negara (Ilmu, 2016).

Pernyataan mengenai kebaruan ilmiah dan pernyataan permasalahan dari fenomena yang sedang dibahas ini ditemukan dari jurnal milik Nurul Hasfi dengan judul "Komunikasi Politik di Era Digital" tahun 2019, dalam penelitiannya membahas mengenai perbandingan komunikasi politik klasik dan komunikasi politik digital dimana komunikasi politik digital antara para calon atau partai ini dengan warga negara atau masyarakat memiliki kelebihan berupa berubahnya pola komunikasi politik yang langsung, murah serta yang semula satu arah menjadi dua arah, jadi alternatif bagi masyarakat atau warga negara dalam menyampaikan pendapatnya. Tetapi jika dilihat dari respon masyarakat atau warga negara dalam menanggapi komunikasi politik dalam kampanye digital terdapat beberapa hambatan seperti penyebaran berita hoax, kampanye hitam melalui media sosial dan saling serang di media sosial (Nurul Hasfi, 2019).

Pada era digital sekarang ini, platform digital sudah menjadi salah satu akses yang penting yang menjadi jembatan komunikasi pesan politik antara pemerintah, calon pemimpin, partai kepada masyarakat atau warga negara. Pemilu di Indonesia juga semakin yakin bahwa platform digital memiliki peran penting sebagai alat berkampanye yang efektif, efisien dan mampu menjangkau semua wilayah tanpa terkecuali. Hal ini sudah terjadi di dalam pemilu 2024 ini dimana pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 1 yaitu Bapak

Anis Baswedan dan Bapak Muhaimin Iskandar serta pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 2 Bapak Prabowo dan Bapak Gibran yang secara keseluruhan sangat-sangat memanfaatkan platform digital khususnya media sosial sebagai wadah untuk berkampanye secara inovatif.

Instagram jadi salah satu media yang dianggap mampu membranding personal aktor politik. Calon Presiden nomor urut 1 Bapak Anies sendiri memanfaatkan instagramnya untuk membranding dirinya agar citra politiknya naik. Sedangkan Calon Presiden Bapak Prabowo Subianto dan Bapak Gibran memakai citra "gemoy" dan berkampanye memakai gimmick-gimmick di media sosial baik instagram maupun tiktok serta kampanye yang menggunakan AI, lagu ok gas ok gas juga menjadi daya tarik tersendiri.



Gambar 1. Kampanye menggunakan AI

### **KAJIAN PUSTAKA**

Ada beberapa jurnal atau artikel penelitian terdahulu yang membahas tentang komunikasi politik melalui kampanye digital antara calon atau partai dengan warga negara atau

masyarakat beserta respon masyarakat atau warga negara dalam menanggapi komunikasi tersebut di platform digital.

Jurnal pertama yakni jurnal milik Nurul Hasfi dengan judul "Komunikasi Politik di Era Digital" tahun 2019, dalam penelitiannya membahas mengenai perbandingan komunikasi politik klasik dan komunikasi politik digital dimana komunikasi politik digital antara para calon atau partai ini dengan warga negara atau masyarakat memiliki kelebihan berupa berubahnya pola komunikasi politik yang langsung, murah serta yang semula satu arah menjadi dua arah, jadi alternatif bagi masyarakat atau warga negara dalam menyampaikan pendapatnya. Tetapi jika dilihat dari respon masyarakat atau warga negara dalam menanggapi komunikasi politik dalam kampanye digital terdapat beberapa hambatan seperti penyebaran berita hoax, kampanye hitam melalui media sosial dan saling serang di media sosial (Nurul Hasfi, 2019).

Jurnal kedua yakni jurnal milik Winda dkk dengan judul "Komunikasi Politik Era Modern" tahun 2022, dalam penelitiannya membahas mengenai komunikasi politik di era modern harus memberikan pesan atau isu yang baik dan benar sebagai sumber akurat komunikasi politik antar calon atau partai dengan masyarakat atau warga negara (Winda dkk, 2022).

Jurnal ketiga yakni jurnal milik Hendy Satria Nugraha dengan judul "Paradigma Etika Digital Dalam Perspektif Pendidikan Kewarganegaraan" tahun 2023, dalam penelitiannya Penelitian ini

menekankan pentingnya etika berdigital termasuk dalam melawan tantangan dan dampak negatif perilaku online di media sosial. Netizen Indonesia harus perlu

menaikkan kesadaran mengenai etika digital dalam hal ini etika kesopanan, penyebaran informasi dan etika menanggapi sebuah komunikasi politik termasuk kampanye digital.

## **METODE**

Metode penelitian pada umumnya adalah sebuah uraian mengenai tata cara atau instrumen atau teknik analisis di sebuah penelitian yang dipakai untuk menyelesaikan permasalahan atau memberikan sebuah pemahaman dalam suatu fenomena yang dibahas di penelitian tersebut.

Artikel yang saya buat ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan memakai pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur atau kajian pustaka dimana ini berfokus pada aspek serta masalah tertentu dari sebuah fenomena yang terjadi. Artikel ini menggunakan kualitatif dengan tujuan untuk memberikan pemahaman terhadap sebuah fenomena dan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi oleh subjek penelitian (Moleong,2013). Artikel ini juga menggunakan pendekatan deskriptif karena artikel ini dibuat melalui beberapa proses seperti mencari dan mengumpulkan informasi, kemudian diidentifikasi lalu merumuskan sebuah tindakan yang akan terjadi di masa depan, serta mempelajari pengalaman untuk

menguatkan sebuah keputusan dan rencana ke depan (Jalaluddin Rakhmat, 2014).

Di penelitian ini, metode kualitatif dipakai untuk mengecek dan menghasilkan data deskriptif untuk memperoleh pemahaman mengenai strategi tiap-tiap calon maupun partai dalam berkampanye dan bagaimana para calon dan partai tersebut memanfaatkan perkembangan teknologi untuk berkampanye,serta untuk melihat bagaimana respon masyarakat atau warga negara dalam menyikapi fenomena kampanye digital yang sangat gencar dilakukan di pemilu 2024 ini dalam perpspektif kewarganegaran.

Data penelitian diperoleh melalui observasi di platform digital, studi literatur atau kajian pustaka terhadap strategi tiap-tiap calon maupun partai dalam berkampanye dan bagaimana para calon dan partai tersebut memanfaatkan perkembangan teknologi untuk berkampanye,serta untuk melihat bagaimana respon masyarakat atau warga negara dalam menyikapi fenomena kampanye digital yang sangat gencar dilakukan di pemilu 2024 ini dalam perpspektif kewarganegaran.

## HASIL

Di Indonesia, pengguna media sosial berasal dari beragam latar belakang, termasuk anak-anak, remaja, dan orang dewasa dengan berbagai rentang usia. Menurut data yang diberikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Kemenkominfo RI), jumlah pengguna jejaring sosial di seluruh dunia pada tahun 1998 masih di bawah 200 juta orang. Namun, angka tersebut terus meningkat setiap tahunnya, mencapai 1,7 miliar pengguna pada tahun 2010. Di Indonesia, jumlah pengguna internet juga cukup signifikan, mencapai sekitar 30 juta orang atau sekitar 12,5% dari total populasi penduduk Indonesia.

Proses menuju konstestasi pemilu 2024 mendatangkan banyak aktor politik yang sudah mulai mem branding dirinya dengan berbagai media. Media sosial instagram menjadi salah satu medium yang dianggap mampu membranding personal aktor politik. Anies sendiri memanfaatkan media sosial instagram untuk membranding dirinya agar citra politik yang baik tetap tersematkan ke personal yang dimiliki. Berdasarkan hasil penelusuran penulis di Instagram Anies, dapat disimpulkan bahwa postingan Anies menggunakan gaya personal branding dengan fokus pada *Position Yourself*, yaitu strategi untuk mengidentifikasi karakteristik dan kualitas unik dirinya yang membedakannya dari calon presiden lainnya. Hal tersebut mencirikan latarbelakang sosoknya sebagai seorang akademisi, pemimpin rakyat, toleran, agamis, nasionalis dan memiliki prestasi kerja selama memimpin Ibu Kota Jakarta. Hal itu,

memberikan kesan yang baik kepada publik dan dapat dinilai sebagai sosok pemimpin yang cerdas yang mampu membawa perubahan untuk Indonesia ke depan.

Prabowo dan Gibran menggunakan sejumlah alat komunikasi, di antaranya periklanan, hubungan masyarakat (*public relations*), *personal selling*, serta pemasaran langsung (*direct marketing*). Upaya periklanan yang dilakukan oleh Prabowo dan Gibran dapat ditemui pada ranah online maupun offline. Di ranah offline, tampak ada beberapa baliho di ruas-ruas jalanan yang cukup padat. Pada ranah online, sebuah video singkat yang memanfaatkan teknologi AI (*artificial intelligence*) ramai diperbincangkan oleh netizen. Prabowo dan Gibran mulai viral di berbagai platform media sosial sejak penggunaan AI (*artificial intelligence*) dalam pembuatan kampanye iklan mereka. Kampanye iklan ini dipersepsikan secara positif oleh para audiens media sosial karena citra Prabowo yang ‘gemoy’ semakin dikuatkan. Pada saat itu, media sosial tengah ramai oleh tren membuat poster film menggunakan AI. Momentum ini nampaknya direspon cepat oleh tim kemenangan Prabowo dan Gibran. Keputusan ini membuat konten kampanye iklan Prabowo dan Gibran banyak diperbincangkan dan dibagikan oleh netizen di berbagai media sosial.

Namun perkembangan ini tidak serta merta direspon secara positif oleh masyarakat atau warga negara, memang ada masyarakat atau warga negara yang ikut mengkampanyekan atau justru membuat konten-konten mengenai paslon atau partai tertentu, tetapi masih ada juga masyarakat atau warga negara yang masih

menggunakan platform digital untuk menyerang paslon atau partai lain, menyebarkan berita hoax dll. Tentu dengan adanya penguasaan kompetensi kewarganegaraan dalam aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan kewarganegaraan akan jadi bekal masyarakat atau warga negara dalam merespons kampanye digital tersebut.

Adapun Strengths atau kekuatan dari kampanye digital bagi masyarakat serta respon dari masyarakat adalah aksesibilitasnya yang luas memungkinkan pesan-pesan penting atau informasi dapat dengan cepat dan mudah diakses oleh siapa pun yang memiliki koneksi internet. Ini mengatasi hambatan geografis dan waktu yang seringkali menjadi tantangan dalam kampanye konvensional. Kedua, melalui media sosial dan platform online, kampanye digital memungkinkan interaksi langsung antara penyelenggara kampanye dan audiens mereka. Hal ini memungkinkan adanya diskusi, pertukaran gagasan, dan partisipasi yang lebih aktif dari masyarakat dalam proses kampanye. Ketiga, kemampuan untuk menargetkan secara spesifik memungkinkan pesan-pesan kampanye disampaikan kepada kelompok-kelompok tertentu yang menjadi sasaran utama, sehingga meningkatkan efektivitas dan efisiensi kampanye tersebut. Dengan menggunakan data demografis dan perilaku online, penyelenggara kampanye dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya mereka untuk mencapai hasil yang diinginkan. Keempat, kampanye digital seringkali lebih hemat biaya daripada kampanye tradisional seperti iklan televisi atau cetak, sehingga memungkinkan kampanye dengan anggaran yang

lebih terbatas untuk tetap efektif. Dengan menggabungkan kekuatan ini, kampanye digital dapat menjadi alat yang kuat dalam memberdayakan masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses politik, menyebarkan informasi penting, dan memengaruhi perubahan positif dalam masyarakat. Respon masyarakat terhadap kampanye digital memiliki beberapa kekuatan yang signifikan.

Pertama, kemampuan untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Melalui platform-platform digital seperti media sosial dan situs web, pesan-pesan kampanye dapat dengan mudah diakses dan dibagikan oleh jutaan orang dalam hitungan detik. Hal ini memungkinkan kampanye untuk mencapai khalayak yang lebih besar daripada media tradisional seperti televisi atau cetak. Kedua, interaktivitas yang tinggi memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam kampanye tersebut. Mereka dapat memberikan tanggapan, mendukung, atau bahkan berkontribusi langsung dalam menyebarkan pesan-pesan kampanye melalui komentar, like, atau berbagai bentuk interaksi lainnya. Ketiga, kemampuan untuk menargetkan audiens dengan sangat spesifik. Melalui algoritma dan analisis data, kampanye digital dapat disesuaikan dengan preferensi dan karakteristik individu, sehingga meningkatkan efektivitas dalam mencapai tujuan-tujuan tertentu. Kesemuanya ini menggambarkan bagaimana respon masyarakat terhadap kampanye digital menjadi kekuatan yang kuat dalam mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku mereka.

Adapun Weakness atau kelemahan dari kampanye digital bagi masyarakat serta respon dari

masyarakat adalah risiko terjadinya polarisasi dan filter bubble. Dalam lingkungan daring, individu cenderung terpapar hanya pada informasi yang sesuai dengan pandangan mereka sendiri, karena algoritma media sosial cenderung menyaring konten berdasarkan preferensi pengguna. Hal ini dapat mengakibatkan terciptanya gelembung informasi yang memperkuat pandangan yang sudah ada dan mengisolasi mereka dari pandangan alternatif. Akibatnya, masyarakat menjadi kurang terbuka terhadap pemikiran dan pandangan yang berbeda, memperburuk polarisasi dan memperdalam perpecahan dalam masyarakat. Selain itu, kampanye digital juga rentan terhadap disinformasi dan manipulasi karena mudahnya penyebaran informasi palsu atau tendensius di platform daring tanpa pengawasan yang memadai. Ini dapat menyebabkan kebingungan dan kesalahpahaman di antara masyarakat, serta mengancam integritas proses demokratis. Oleh karena itu, sementara kampanye digital menawarkan kemungkinan jangkauan yang luas, penting bagi pengguna dan pembuat kebijakan untuk memahami dan mengatasi tantangan yang terkait dengan penggunaan platform ini dalam konteks sosial dan politik. Salah satu kelemahan dari respon masyarakat terhadap kampanye digital adalah potensi terjadinya kesalahpahaman atau interpretasi yang salah terhadap pesan yang disampaikan. Dalam dunia digital, informasi dapat tersebar dengan cepat dan luas, namun hal ini juga berpotensi untuk menimbulkan kebingungan atau kesalahpahaman di antara audiens. Selain itu, masyarakat juga rentan

terhadap pengaruh dari informasi palsu atau hoaks yang dapat disebarkan secara massal melalui media sosial dan platform digital lainnya. Ini dapat mengakibatkan penyebaran informasi yang tidak akurat atau bahkan merugikan. Selain itu, respon masyarakat terhadap kampanye digital juga dapat dipengaruhi oleh filter bubble atau gelembung informasi, di mana individu cenderung terpapar hanya pada sudut pandang yang sejalan dengan keyakinan atau pendapat mereka sendiri, mengurangi kemungkinan untuk menerima informasi yang beragam atau sudut pandang yang berbeda. Semua ini menunjukkan perlunya pendekatan yang hati-hati dalam merancang dan mengimplementasikan kampanye digital untuk meminimalkan potensi kelemahan dalam respon masyarakat. Adapun Opportunities atau peluang dari kampanye digital bagi masyarakat serta respon dari masyarakat adalah membawa sejumlah peluang yang signifikan bagi masyarakat dalam berbagai aspek. Pertama-tama, platform digital memungkinkan akses yang lebih luas terhadap informasi dan kesempatan untuk terlibat dalam berbagai inisiatif. Melalui kampanye digital, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi tentang isu-isu sosial, politik, atau lingkungan yang relevan bagi mereka. Selain itu, kampanye digital juga memungkinkan partisipasi yang lebih aktif dari masyarakat dalam proses demokratisasi. Dengan berpartisipasi dalam kampanye digital, individu dapat menyuarakan pendapat mereka, berbagi pengalaman, dan mempengaruhi keputusan politik atau sosial. Respons masyarakat terhadap

kampanye digital juga dapat sangat bervariasi, mulai dari dukungan aktif hingga penolakan terhadap pesan atau tujuan kampanye. Namun demikian, secara keseluruhan, kampanye digital membuka pintu bagi dialog dan interaksi yang lebih terbuka antara individu dan pemangku kepentingan, menciptakan peluang untuk perubahan positif dalam masyarakat.

Adapun Threats atau ancaman dari kampanye digital bagi masyarakat serta respon dari masyarakat adalah penyebaran informasi palsu atau hoaks yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan masyarakat, hingga pencurian data pribadi yang dapat mengancam privasi dan keamanan individu. Selain itu, kampanye digital juga dapat menjadi sarana bagi kelompok-kelompok ekstremis untuk menyebarkan propaganda atau merencanakan tindakan kekerasan. Respon dari masyarakat terhadap ancaman-ancaman ini dapat bervariasi, mulai dari peningkatan kewaspadaan dan literasi digital, penggunaan teknologi keamanan seperti VPN atau enkripsi data, hingga upaya kolaboratif untuk memerangi penyebaran informasi palsu dengan menyebarkan fakta yang valid dan mengedukasi masyarakat tentang cara memverifikasi kebenaran informasi yang mereka terima secara online. Selain itu, lembaga dan pemerintah juga dapat memberikan regulasi dan perlindungan yang lebih kuat terhadap keamanan dan privasi data secara online guna mengurangi risiko yang dihadapi masyarakat dalam beraktivitas di dunia digital.

## SIMPULAN

Media sosial Instagram berperan penting dalam mengkomunikasikan citra aktor politik, dalam hal ini Anies Rasyid Baswedan untuk membranding dirinya ke publik. Kemampuan Anies dalam membranding dirinya dengan mencitrakan dirinya sebagai sosok pemimpin yang Intelektual, Agamis, Toleran, Berprestasi dan Merakyat. Sementara Prabowo dan Gibran berhasil mencuri perhatian masyarakat melalui serangkaian keputusan mereka mulai dari branding "gemoy" hingga kampanye iklan yang kreatif. Salah satu kampanye iklan mereka yang banyak diperbincangkan di media sosial adalah penggunaan AI dalam pembuatan konten. Ini berhasil menggemparkan berbagai platform media sosial. Adanya perubahan lingkungan eksternal mendorong tim pemenang pasangan calon ini harus mengikuti perkembangan yang ada. Penggunaan AI dalam kampanye iklannya merupakan sebuah langkah yang dinilai cukup efektif karena mampu meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya masyarakat muda.

Kampanye digital telah membawa dampak yang signifikan bagi masyarakat, baik positif maupun negatif. Secara positif, kampanye digital memungkinkan akses yang lebih luas terhadap informasi dan pesan-pesan penting. Masyarakat dapat dengan cepat mendapatkan pemahaman tentang isu-isu sosial, politik, dan lingkungan yang relevan melalui platform-platform online. Selain itu, kampanye digital juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam menyuarakan pendapat dan menggalang dukungan untuk tujuan-tujuan tertentu. Namun,



di sisi lain, ada juga dampak negatif yang perlu dipertimbangkan. Misalnya, penyebaran informasi yang tidak valid atau hoaks dapat menyebabkan kebingungan dan konflik di masyarakat. Selain itu, kampanye digital seringkali menjadi sasaran manipulasi oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan tertentu, baik itu politik atau komersial, yang dapat mengarah pada polarisasi dan ketidakseimbangan dalam opini masyarakat. Respons dari masyarakat terhadap kampanye digital bervariasi. Beberapa mungkin merasa terlibat dan terangsang untuk bertindak, sementara yang lain mungkin menjadi skeptis atau bahkan apatis terhadap informasi yang mereka terima secara online. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk tetap kritis dan waspada terhadap konten yang mereka konsumsi di dunia digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Azka, I. Syahputra, dan U. Sunan Kalijaga Yogyakarta Jl Laksda Adisucipto, "Komunikasi Politik Capres Anies Baswedan menuju Pemilu 2024 Melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal ilmu komunikasi*, vol. 10, no. 1, hlm. 37–46, 2023.
- [2] N. H. T. Sukandar, Firmansyah, Y. R. P. Pamungkas, dan G. Wismayanti, "Strategi Komunikasi Paslon Prabowo Gibran dalam Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Gen Z dan Milenial dalam Pemilu 2024," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, vol. 2, no. 1, hlm. 48–56, 2024.
- [3] H. S. Nugraha, "Paradigma Etika Digital dalam Perspektif Pendidikan Kewarganegaraan,"

*Jurnal Kewarganegaraan*, vol. 7, no. 2, hlm. 2412–2425, 2023.

[4] Sellita, "Media Sosial dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia," *Jurnal Lemhannas RI*, vol. 10, no. 3, hlm. 1–16, 2022.

[5] N. Faradis, N. Ainya, A. Fauzah, M. Ichsan, dan A. Anshori, "Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024," *Prosiding Seminar Nasional*, hlm. 643–652, 2023.

[6] A. P. Imawan, "MENATA DEMOKRASI DIGITAL Kesadaran Warga Negara dalam Upaya Menjaga Integritas Pemilu di Era Digital," *Jurnal Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau*, vol. 4, hlm. 109–120, 2022.

[7] W. Kustiawan, "Komunikasi Politik Era Modern," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, vol. 2, no. 1, hlm. 2144–2152, 2022.

[8] M. Mahpudin, "Pemanfaatan Teknologi Pemilu Di Tengah Era Post Truth: Antara Efisiensi dan Kepercayaan," *Jurnal PolGov*, vol. 1, no. 2, hlm. 157, 2019.

[9] S. Zuhri, "Urgensi pemanfaatan teknologi informasi dalam penghitungan dan rekapitulasi suara," *Electoral Research*, no. 29, hlm. 1–17, 2019.