

---

## **Pengaruh Kampanye Prabowo Gibran di Tiktok terhadap Pilihan Politik .**

**M. Hermawan<sup>1</sup>, Abdul Latief Najmuddin<sup>2</sup>**  
*Universitas Islam Jember, Indonesia*

Email: mhermawan049@gmail.com,

Email:

mhermawan049@gmail.com

### **Abstract**

Tahun 2024 adalah tahun politik karena Indonesia akan menyelenggarakan pemilu serentak, dalam pemilu serentak ini Terdapat beberapa jenis pemilu salah satunya adalah pemilihan presiden dan wakil presiden. Para calon presiden dan calon wakil presiden ini akan berebut untuk mendapatkan suara rakyat untuk bisa memimpin Indonesia. Berbagai cara akan dilakukan untuk memperoleh suara terbanyak salah satunya adalah dengan kampanye. Kampanye bisa dilakukan langsung ke masyarakat atau bisa juga lewat media elektronik seperti televisi. Tapi, Seiring kemajuan teknologi, kini kampanye bisa dilakukan menggunakan sosial media untuk mendulang suara, karena pada saat ini hampir semua orang menggunakan sosial media. Salah satunya adalah pasangan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 2 yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. yang melakukan kampanye dengan video lewat media sosial. Prabowo Gibran memanfaatkan media sosial salah satunya menggunakan media sosial tiktok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh video kampanye Prabowo Gibran di media sosial tiktok terhadap pilihan politik warga RT 002/RW 002 dusun Sumberjati desa Candijati kecamatan Arjasa kabupaten Jember. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif atau hubungan. Dalam penelitian ini sudah ditemukan bahwa memiliki 140 populasi, kemudian peneliti menggunakan

rumus slovin untuk mencari sampel dan mengasil 58 sampel dan untuk pengambilan sampelnya menggunakan nonprobability sampling dengan jenis sampling purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye Prabowo-Gibran berpengaruh terhadap pilihan politik warga hal itu dapat dilihat dari hasil uji regresi linear sederhana yang bernilai positif dengan persamaan  $Y = 6,944 + 0,454X$  serta hasil uji yang menunjukkan bahwa thitung (4,992) lebih besar dari  $> t_{tabel} (2,003)$  maka disimpulkan bahwa video kampanye(X) berpengaruh terhadap pilihan politik warga(Y)

Kata Kunci

Pengaruh, Kampanye, Pilihan Politik.

## PENDAHULUAN

Tahun 2024 adalah tahun politik karena Indonesia akan menyelenggarakan pemilu serentak. Pemilu adalah mekanisme demokrasi untuk memilih seseorang yang akan mewakili rakyat dan memimpin pemerintahan(prasetyoningsih, 2014). Terdapat beberapa jenis pemilu salah satunya adalah pemilihan presiden dan wakil presiden untuk menentukan siapa yang akan memimpin Indonesia untuk 5 tahun kedepan. Tentunya kita telah mengetahui beberapa nama yang mencalonkan diri untuk berperang memperebutkan kursi nomor satu di Indonesia.

Berdasarkan situs resmi kpu.go.id pada tanggal 13 november 2023 menetapkan 3 nama pasangan calon presiden dan calon wakil presiden sebagai berikut: H. Anies Rasyid Baswedan, Ph.D. dan Dr.(H.C.) H.A. Muhaimin Iskandar, H. Ganjar Pranowo, S.H., M.I.P. dan Prof. Dr. H. M. Mahfud MD, serta H. Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. KPU juga menentukan nomor urut untuk masing-masing pasangan calon presiden dan calon wakil presiden secara live di chanel youtube KPU RI pada tanggal 14 november 2023 dengan hasil pasangan Anies dan cak imin mendapat nomor urut 1, pasangan Prabowo dan Gibran mendapat nomor urut 2, dan pasangan Ganjar dan Mahfud mendapat nomor urut 3. KPU juga mengumumkan bahwa masa kampanye dimulai pada tanggal 28 november 2023 sampai 10 februari 2024.

Ketiga pasangan calon presiden dan calon wakil priden ini akan berebut untuk mendapatkan suara rakyat untuk bisa memimpin indonesia. Berbagai cara akan dilakukan untuk memperoleh suara terbanyak salah satunya adalah dengan kampanye. Menurut KBBI kampanye adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi atau calon yang bersaing

memperebutkan kedudukan dalam parlemen dan sebagainya untuk mendapatkan dukungan massa pemilih dalam pemungutan suara. Rogers dan Storey (1987) juga mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar. khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Kampanye merupakan sebuah kegiatan wajib dilakukan seluruh pasangan calon presiden dan calon wakil presiden untuk memaparkan visi-misi nya dan bisa menarik warga untuk memilih, kampanye dilakukan langsung ke masyarakatserta lewat media elektronik seperti televisi.

Seiring kemajuan teknologi, kini pasangan capres dan cawapres melakukan kampanye bisa menggunakan sosial media untuk mendulang suara. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini hampir semua orang menggunakan sosial media, berdasarkan dari dataindonesia.id pada tahun 2023 pengguna aktif media sosial di indonesia sebanyak 167 juta orang pada januari 2023 atau setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Diagram diatas menunjukkan bahwa tahun 2023 mengalami penurunan pengguna 12,56% dari tahun sebelumnya. meskipun begitu media sosial tetap efektif untuk kegiatan kampanye para capres dan cawapres guna membangun citra dan mendulang suara rakyat. Semua pasangan capres dan cawapres pasti menggunakan media sosial untuk melakukan kampanye, karena media sosial mempunyai jangkauan yang sangat luas sehingga memungkinkan untuk memperoleh suara rakyat lebih banyak antara pasangan capres satu dengan yang lainnya. Salah satunya adalah pasangan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 2 yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. yang melakukan kampanye dengan video lewat media sosial. Prabowo Gibran memanfaatkan media sosial seperti youtube, facebook, tiktok dan juga instagram. Dimana media sosial tersebut merupakan beberapa media sosial dengan pengguna terbanyak di indonesia saat ini. berdasarkan dari slice.id youtube menjadi platform media sosial yang terpopuler di indonesia dengan pengguna aktif yang hampir mencapai 140 juta pengguna di tahun 2023 disusul oleh facebook dengan pengguna aktif mencapai 120 juta pengguna, di urutan ketiga di tempati oleh tiktok dengan pengguna aktif mencapai 110 juta pengguna, dan yang keempat adalah Instagram dengan pengguna aktif mencapai 90 juta pengguna. Berikut diagram pengguna aktif platform media sosial di indonesia pada tahun 2023.

Salah satu cara yang dilakukan pasangan Prabowo-Gibran membuat sebuah video kampanye yang nanti akan di posting di berbagai media sosial tersebut. Supaya penyebaran video kampanye lebih efektif dan lebih menjangkau penonton lebih banyak maka penyebaran

video kampanye nya tidak hanya lewat akun media sosial dari Prabowo dan Gibran saja, melainkan juga lewat akun dari partai pengusung dan juga dari relawan Prabowo-Gibran.

Video itu merupakan video kampanye pasangan Prabowo-Gibran yang berisi visi misi. Video kampanye itu menampilkan animasi Prabowo gemoy yang sedang berjoged diiringi lagu berbahasa Jawa. Sedang program yang ditonjolkan adalah program makan siang dan susu gratis. Karena berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwa kebanyakan warga desa juga pengguna media sosial seperti youtube, facebook, tiktok dan juga instagram. Dan juga berdasarkan hasil observasi, video kampanye Prabowo Gibran sering muncul di berbagai media sosial tersebut terutama pada media sosial tiktok. Berdasarkan observasi tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana pengaruh video kampanye Prabowo Gibran di media sosial tiktok terhadap warga pedesaan yaitu pada warga rt002 rt002 dusun Sumberjati desa Candijati kecamatan Arjasa kabupaten Jember pada pemilu 2024. Dan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh video kampanye Prabowo Gibran di tiktok terhadap pilihan politik warga RT 002/RW 002 dusun Sumberjati desa Candijati kecamatan Arjasa kabupaten Jember.

Penelitian ini juga mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut: Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, penelitian memiliki perbedaan atau kebaruan dari penelitian yang telah diteliti sebelumnya yaitu sebagai berikut: 1. Penelitian dari Herman Pelani dan Sabaruddin Adjie yang berjudul “Pengaruh iklan kampanye di televisi terhadap pilihan politik warga kota Makassar pada pemilihan umum presiden dan wakil presiden tahun 2019” berfokus pada pengaruh iklan kampanye di televisi, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh video kampanye di tiktok. 2. Penelitian dari Dica Novembri Mara Christy (2019) yang berjudul “Pengaruh Terpaan Kampanye Hitam Di Instagram Terhadap Pilihan Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu Presiden 2019 Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta” berfokus pada terpaan kampanye hitam di instagram, sedangkan dalam penelitian ini hanya berfokus pada video kampanye dari Prabowo-Gibran di tiktok. 3. Penelitian dari Akhyar Anshori (2018) “Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018” berfokus pada iklan kampanye pada pemilihan gubernur dan pemilihan walikota, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pemilihan presiden dan wakil presiden

---

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, karena penelitian ini berkaitan dengan perhitungan angka dalam mengumpulkan data-datanya seperti seperti menemukan populasi dan sampelnya. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantitatif atau pengukuran (Sujarweni 2023:39). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif atau hubungan. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif atau hubungan. penelitian asosiatif atau hubungan adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih serta mengetahui pengaruhnya (Sujarweni 2023:11). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu video kampanye sebagai variabel (X) dan pilhan politik sebagai variabel(Y), dimana peneliti ingin mengetahui apa pengaruh variabel(X) yaitu video kampanye Prabowo-Gibran terhadap variabel (Y) yaitu pilhan politik warga RT002/RW002 dusun Sumberjati, desa. penelitian kuantitatif yang bersifat asosiasi atau hubungan.

### **2. Populasi Dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarweni 2023:65). Objek dalam penelitian ini adalah warga RT002/RW002 dusun Sumberjati. berdasarkan keterangan dari ketua RT 002 bapak juari arista, jumlah warga di RT002/RW002 adalah sebanyak 202 warga dari 63 kartu keluarga (KK). Karena penelitian ini berhubungan dengan pemilu, maka populasi yang diambil adalah data orang yang telah terdaftar sebagai daftar pemilih tetap (DPT).

Berdasarkan data yang diperoleh dari PPS desa Candijati pada tanggal 11 januari 2024 bahwa dari 202 warga RT002/RW002, yang terdaftar sebagai pemilih tetap pada pemilu 2024 adalah sebanyak 140 orang. Jadi populasi penelitian ini adalah seluruh DPT RT002/RW002 dusun Sumberjati desa Candijati yaitu 140 orang.

#### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sujarweni 2023:65). Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah

bagia dari populasi warga RT002/RW002 yaitu 58. Data itu di peroleh menggunakan rumus slovin

rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

dimana :

n =ukuran sampel

N=Populasi

e= taraf signifikansi yang terdiri dari 1%(0,01), 5%(0,05) dan 10%(0.1)

$$n = \frac{140}{1 + (140 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{140}{1 + (140 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{140}{1 + 1.4}$$

$$n = \frac{140}{2,4} = 58,33 \text{ dibulatkan menjadi } 58$$

Jadi sampel dari penelitian ini adalah 58

### C. Teknik Sampling

Adapun teknik pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dimana menurut Sugiono nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan/peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono 2022:84). Dan jenis sampling nya menggunakan jenis sampling purposive, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.

Berdasarkan hasil dari perhitungan menggunakan rumus slovin ditemukan sampel sebanyak 58 orang dari 140 orang populasi, yang nantinya 58 orang tersebut akan dijadikan responden dalam penelitian ini. kemudian peneliti menerapkan teknik *sampling purposive* dengan cara memilih 58 warga yang menggunakan aplikasi tiktok dan juga yang sudah terdaftar sebagai pemilih tetap pada pemilu tahun 2024.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiono 2022:224). Sujarweni mengatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk

mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian (Sujarweni 2023:74). Sehingga peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada penelitian (Sujarweni 2023:75), sehingga peneliti melakukan observasi secara langsung terhadap warga RT002 RW002 dusun Sumberjati desa Candijati.
2. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sujarweni 2023:75). Selanjutnya peneliti akan membuat pernyataan-pernyataan tertulis untuk disebar dan di jawab oleh responden yaitu warga rt 002 rw 002. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data-data dari responden untuk mengetahui pengaruh video kampanye Prabowo Gibran terhadap pilihan politik warga rt002 rw 002 dusun Sumberjati desa Candijati.
3. Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, dan data yang relevan dengan penelitian (Riduwan 2020:58)

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiono 2022:244). Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data statistik deskriptif. Dimana statistik deskriptif merupakan usaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel atau responden. Statistik deskriptif seperti mean, median, modus, presentil, desil, quartile, dalam bentuk analisis angka maupun gambar atau diagram. Dalam analisis deskriptif diolah pervariabel (Sujarweni 2023:105)

## **HASIL PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini pengaruh video kampanye yang diteliti adalah pengaruh video kampanye dari Prabowo-Gibran. Dan fokus yang diteliti dari penelitian ini adalah bagaimana video kampanye Prabowo-Gibran dapat mempengaruhi pilihan politik warga rt 002 rw 002 dusun Sumberjati desa Candijati kecamatan Arjasa pada pemilu 2024. Untuk mengetahui pengaruh dari video kampanye Prabowo-Gibran terhadap pilhan politik warga, maka peneliti

melakukan beberapa analisis yaitu menggunakan uji regresi untuk mengetahui pengaruh video kampanye terhadap pilihan politik warga rt 002 rw 002 dusun Sumberjati desa Candijati.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan menyatakan bahwa hasil dari regresi linear sederhana bernilai positif (+), Maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa video kampanye (X) berpengaruh positif terhadap pilihan politik warga (Y). Sehingga persamaan regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 6,944 + 0,454X$ . Setelah melakukan uji regresi linear sederhana peneliti melanjutkan analisis menggunakan uji asumsi klasik, dimana hal ini dilakukan karena sebelum melakukan uji t (hipotesis) perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu Hal ini untuk memastikan bahwa alat uji regresi linear sederhana dapat digunakan atau tidak. Serta pengujian asumsi klasik ini bermaksud untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik pada regresi sederhana.

Di dalam uji asumsi klasik terdapat tiga kriteria yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan juga uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Karena model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Setelah melakukan pengujian normalitas menunjukkan bahwa data dalam model regresi ini normal dilihat dari hasil pengujian normalitas yang menggunakan metode P-Plot dan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

Pengujian selanjutnya adalah uji multikolinearitas yang bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel independen. Suatu model regresi yang baik tidak ditemukannya hubungan atau korelasi diantaranya variabel independen, berdasarkan data yang di olah menggunakan SPSS versi 25 menunjukkan bahwa pada uji ini tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi. Pernyataan ini diperoleh dari hasil yang ada pada tabel hasil uji multikolinearitas diketahui nilai Tolerance untuk variabel video kampanye (X) adalah 1,000 lebih besar dari ( $>$ ) 0,10. Sementara nilai VIF untuk variabel video kampanye (X) adalah 1,000 kurang dari 10,00.

Kemudian peneliti melakukan pengujian heteroskedastisitas yang berfungsi untuk menguji terjadinya perbedaan variance dari nilai residual pada suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Pengujian ini menghasilkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada pengujian heteroskedastisitas yang menggunakan metode scatterplot.

Langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui apakah koefisiensi regresi tersebut signifikan atau tidak. Pengujian hipotesis melalui Uji T dan membandingkan nilai signifikansi dengan 0,05 memperoleh hasil cukup baik, berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel video kampanye (X) terhadap variabel pilihan politik warga (Y) menyatakan bahwa thitung (4,992) lebih besar dari > ttabel (2,003) maka disimpulkan bahwa video kampanye(X) berpengaruh terhadap pilihan politik warga(Y). Kemudian diketahui pada nilai probabilitas t nilai sig sebesar 0,000 sedangkan taraf signifikansi a sebelumnya yang telah ditentukan adalah 0,05. Maka nilai sig 0,000 lebih kecil dari < 0,05 sehingga menunjukkan bahwa ada pengaruh video kampanye terhadap pilihan politik warga. Setelah melakukan uji hipotesis menggunakan dua cara yaitu dengan melalui Uji T dan membandingkan nilai signifikansi dengan 0,05 menyatakan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak yang artinya adalah ada pengaruh video kampanye Prabowo-Gibran terhadap pilihan politik warga rt002 rw002 dusun Sumberjati desa Candijati kecamatan Arjasa

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan diatas, dimana peneliti telah melakukan uji regresi linear sederhana, uji asumsi klasik, dan juga uji hipotesis atau uji T maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan menyatakan bahwa hasil dari regresi lienar sederhana bernilai positif (+), Maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa video kampanye (X) berpengaruh positif terhadap pilihan politik warga (Y). Sehingga persamaan regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 6,944 + 0,454X$ .
2. langkah selanjutnya adalah uji asumsi klasik yang dimana langkah ini untuk memastikan bahwa alat uji regresi linear sederhana dapat digunakan atau tidak, serta bermaksud untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik pada regresi sederhana. Berdasarkan pembahasan diatas dengan melakukan beberapa uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas maka dinyatakan bahwa uji regresi linear sederhana bisa digunakan dan tidak ada penyimpangan asumsi klasik karena telah lolo dari tiga uji dalam asumsi klasik.
3. uji hipotesis digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini dimana dalam uji hipotesis yang dilakukan menyatakan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak yang artinya adalah ada pengaruh video kampanye Prabowo-Gibran terhadap pilihan politik warga rt002 rw002

dusun Sumberjati desa Candijati kecamatan Arjasa. Hal ini berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel video kampanye (X) terhadap variabel pilihan politik warga (Y) menyatakan bahwa thitung (4,992) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (2,003) maka disimpulkan bahwa video kampanye(X) berpengaruh terhadap pilihan politik warga(Y). Kemudian diketahui pada nilai probabilitas t nilai sig sebesar 0,000 sedangkan taraf signifikansi  $\alpha$  sebelumnya yang telah ditentukan adalah 0,05. Maka nilai sig 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 sehingga menunjukkan bahwa ada pengaruh video kampanye terhadap pilihan politik warga.

## DAFTAR REFERENSI

- Anshori, a. (2018). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih kota medan tahun 2018. *jurnal interaksi*, 132-144.
- Christy, D. N. M. (2019). pengaruh terpaan kampanye hitam di instagram terhadap pilihan politik pemilih pemula pada pemilu presiden 2019 di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas atma jaya yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12084/kpu-tetapkan-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden-dalam-pemilihan-umum-tahun-2024>
- <https://www.blog.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru>
- Pelani, H., & Adjie, S. (2021). Pengaruh Iklan Kampanye di Televisi Terhadap Pilihan Politik Warga Kota. *Journal of Communication Sciences*, 92-101.
- Prasetyoningsih, n. (2014). dampak pemilihan umum serentak bagi pembangunan demokrasi indonesia. *jurnal media hukum* 21 (2), 23.
- Riduwan. (2020). Dasar-Dasar Statistik. Bandung. Alfabeta.
- Sugiono, P. D. (2022). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. bandung: alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi penelitian lengkap, praktis dan mudah dipahami*. yogyakarta: pustakabarupress