

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TENTANG *PERSONAL BRANDING* CAPRES DI
MEDIA SOSIAL DENGAN PERILAKU POLITIK PEMILIH PEMULA DALAM
PILPRES 2024 (STUDI DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNSOED
ANGKATAN 2020)**

SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI S-1 SOSIOLOGI

PURWOKERTO

2024