

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. (2019). STRATEGY OF POLITICAL PARTY CAMPAIGN ON SOCIAL MEDIA (Case Study of Partai Solidaritas Indonesia in Criticizing the Indonesian Parliament Through YouTube). *Iccd*, 2(1), 494–499.  
<https://doi.org/10.33068/iccd.vol2.iss1.196>
- Aldiansyah, R. (2022). *Pengenalan Analisis & Strategi Algoritma*. Medium.Com.  
<https://medium.com/@rachmanaldiansyah/pengenalan-analisis-strategi-algoritma-a66f011d7da7>
- Budiyono, M. (2016). Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada Dki Jakarta 2017. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 47–62.  
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol11.iss1.art4>
- Cangara, H. (2023). *KOMUNIKASI POLITIK: Konsep, Teori, dan Strategi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Dahlan, A. (1999). Teknologi Informasi dan Demokrasi. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4.
- Digital, W. (2023). *Algoritma Tiktok 2024 Terbaru- Cara Kerja Algoritma Tiktok Biar FYP dan Viral di Tiktok*. Youtube Warna Rupa Digital.  
<https://youtu.be/EC1E94oqyPA?si=tdxEWARBMTIzgNE3>
- Faradilla. (2024). Apa Itu Query? Pengertian Query Database dan Contohnya. *Hostinger.Co.Id*. <https://www.hostinger.co.id/tutorial/apa-itu-query>
- Farisa, F. C. (2024). Drone Emprit: Prabowo-Gibran Mendominasi di Tiktok, Dulang Interaksi Tertinggi. *Kompas.Com*.  
<https://nasional.kompas.com/read/2024/01/23/11462131/drone-emprit-prabowo-gibran-mendominasi-di-tiktok-dulang-interaksi-tertinggi>
- Fensi, F. (2020). Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Karakter Siswa Sma & Smk Bhinneka Tunggal Ika, Jakarta. *Jurnal Pengabdian Dan*

- Kewirausahaan*, 4(2), 82–88. <https://doi.org/10.30813/jpk.v4i2.2325>
- Feuerriegel, S. (2024). How the Meta algorithm influences election advertising. *Www.Lmu.De*. <https://www.lmu.de/en/newsroom/news-overview/news/how-the-meta-algorithm-influences-election-advertising.html>
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- GAUTAMA, S. A., & KUSUMA, C. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Politik Terhadap Keputusan Memilih Generasi Milenial. *PAEDAGOGY : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 3(4), 218–228. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v3i4.2719>
- Geschke, D., Lorenz, J., & Holtz, P. (2019). The triple-filter bubble: Using agent-based modelling to test a meta-theoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers. *British Journal of Social Psychology*, 58(1), 129–149. <https://doi.org/10.1111/bjso.12286>
- Hamzah, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan pada Ilmu Pendidikan, Sosial Humaniora*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Harahap, I. H. (2020). Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1), 1–11.
- Imawan, R. (1999). Kampanye Tanpa Hura-Hura. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4.
- Indikator. (2024). *Exit Poll Pemilu 2024: Basis Demografi dan Perilaku Pemilih*. 8, 1.
- Kasisolusi. (2024). *KESALAHAN ANIES & GANJAR DALAM MARKETING POLITIK YANG MENYEBAR HASIL SUARA JOMPLANG*. Youtube. [https://youtu.be/17H\\_5fGPeY?si=WirflWy6mYP91PoJ](https://youtu.be/17H_5fGPeY?si=WirflWy6mYP91PoJ)

- Kumparan. (2024). *Info AI|Prabowo Menang Quick Count, Apa Benar Hanya 2 Tahun Jadi Presiden?| Episode 34*. Youtube.  
[https://youtu.be/5e2RyobQcQA?si=4Yisa3t-Sn\\_4QhYs](https://youtu.be/5e2RyobQcQA?si=4Yisa3t-Sn_4QhYs)
- Mahfuz, G. (2019). *Kampanye melalui Media Sosial*. Mmc.Kalteng.Go.Id.  
<https://mmc.kalteng.go.id/berita/read/5437/kampanye-melalui-media-sosial>
- Maulana, M. L., Harjono, B., Abdurrahman, U. K., & Pekalongan, W. (2024). Politik dan AI: Gaya Komunikasi Kampanye Politik Capres Prabowo-Gibran Politics and AI: Communication Style of Presidential Candidate Prabowo-Gibran's Political Campaign. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 04(02), 159–169.
- Mendoza, M. E. H. (2022). Philippine Elections 2022: TikTok in Bongbong Marcos' Presidential Campaign. *Contemporary Southeast Asia*, 44(3), 389–395.
- Muhamad, N. (2023). *KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial*. Databoks.Katadata.Co.Id.  
<https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/faf64350269d0c8/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>
- Namira Nur Az-Zahra, R., Rizqi Fitrialdi, M., Nurjanah, E., Darmawan, M., & Firmansyah, R. (2021). Analisis Sentimen Media Sosial Tiktok dengan Metode Supervised Learning pada Algoritma Machine Learning. *Jurnal Buffer Informatika*, 7(1), 18–25. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/buffer>
- Naurah, N. (2024). *Paslon dengan jumlah Interaksi Terbanyak di Tiktok*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/drone-emprit-prabowo-gibran-jadi-paslon-yang-merajai-jumlah-interaksi-di-tiktok-s8nsu>
- Pariser, E. (2011). *Beware online "filter bubbles"*|Eli Pariser. Youtube TED.  
<https://youtu.be/B8ofWfX525s?si=ERvhysOAFo6Lzz6T>
- Perdana, A. (2023, September 9). Bahaya AI di Kampanye Pemilu 2024. *Koran.Tempo.Co*. <https://koran.tempo.co/read/digital/484252/bahaya-ai-di->

kampanye-pemilu-2024

- Prisgunanto, I. (2008). Bias Selebritas dalam Komunikasi Politik. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(1).
- Rahmawati, D. (2018). Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial : Kajian Terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa. *Jurnal Kajian Lemhanas RI*, 33(Maret), 37–49.
- Ratnamulyani;Beddy, I. A. (2018). The role of social media in the improvement of selected participation of students based on students in bogor regency. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 20(2), 154–161.
- Rizki Putra, T., & 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>
- Sahputra, T. V. K. (2023, September 20). Pemilu dan Bahaya Algoritma Digital. *News.Detik.Com*. <https://news.detik.com/kolom/d-6941007/pemilu-dan-bahaya-algoritma-digital>
- Sakti, R. (2023). Media Sosial Pengaruhi Pemilih pada Pemilu 2024. *Kompas.Id*.  
<https://www.kompas.id/baca/riset/2023/12/14/media-sosial-pengaruhi-pemilih-pada-pemilu-2024>
- Samodra, F. (2024). Kata Kunci dalam Algoritma adalah Logika, Begini Cara Kerjanya. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5495282/kata-kunci-dalam-algoritma-adalah-logika-begini-cara-kerjanya?page=4>
- Suratnoaji, C., Nurhadi, & Candrasari, Y. (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*. Sasanti Institute.  
[http://repository.upnjatim.ac.id/126/16/metode analisis Media Sosial.pdf](http://repository.upnjatim.ac.id/126/16/metode%20analisis%20Media%20Sosial.pdf)
- Upgraded. (2021). *Belajar Seputar Algoritma Tiktok yang Wajib kamu Ketahui*. Youtube. <https://youtu.be/ksiaXW5EcIQ?si=4UTKYT0tWZaA5mvx>

- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17(1), 98–111.  
<https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>
- Yovana, K., Putri, A. R., & Gatra, P. (2022). Strategi Kampanye Donald Trump Pada Pemilihan Umum Amerika Serikat. *Mjir) Moestopo Journal International Relations*, 2(1), 1–16.
- Zaky, I., Fatih, A., & Putera, R. A. (2024). *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional Peran Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu Peran Algoritma Media Sosial Dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu*. 7(1).  
<https://doi.org/10.7454/jkskn.v7i1.10090>

