

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, dkk. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol. 5 no. 1,
- A Faradis, NUR., dkk. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik : Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. Prosiding Seminar Nasional, pp. 643-652, 2023.
- Ahnaf, Muhammad Iqbal., dkk. (2023). Transformasi Digital, Perubahan Sosial dan Tantangan Reproduksi Budaya Damai Masyarakat Agama di Yogyakarta. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, Vol. 25 No. 1. <https://jmb.lipi.go.id/jmb>
- Amalia, Adhimurti., & Putri, Gabriela. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*; ISSN : 1411-5344. <https://sosial.unmermadiun.ac.id/index.php/sosial>.
- Arumsari, Nugrahaeni., dkk. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. *Harmony : Jurnal Pembelajaran IPS dan PKN* 5, No. 1, 2020 : 12-16.
- CNN. (2024). Hasil Akhir Quick Count Semua Lembaga Survei Pilpres 2024. [cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240220182647-617-1065153/hasil-akhir-quick-count](https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240220182647-617-1065153/hasil-akhir-quick-count)
- Dahono, Y. (2021). Data : Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. *Beritasatu*. <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-202021>.
- Harisman., dkk. (2021). Pencarian Informasi Pemilu dan Persepsi Alat Peraga Kampanye Pada Pemilih Pemula. *Jurnal Komunikasi*, p-ISSN 2442-3882; Vol. 7 No. 1.
- Hardani., Andriani, H., dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.
- Juditha, Christiany. (2019). *Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika tahun 2019:199-212.
- Juditha, Christiany. (2017). Memahami Struktur Jaringan Media Sosial Sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pekomnas*, Vol. 2 No. 1, April 2017:99-114.
- Kurniawan, Riko. dkk. (2021). Buzzer Media Sosial dan Pembentukan Perspektif Pemilih Millennial dalam Pemilu 2019. *Jurnal Politik Walisongo*, Vol. 3 No. 1, 54-22. DOI: 10.21580/jpw.v3i9059.
- KPU. (2024). Hasil Akhir Perhitungan Suara Pemilihan Presiden & Wakil Presiden Pemilu 2024. Kompas.com. https://pemilu.kompas.com/hasil_akhir
- semua-lembaga-survei-pilpres-2024.
- KPU. (2024). DPT Pemilu 2024 Dalam Negeri dan Luar Negeri, 204,8 Juta Pemilih. [kpu.go.id. https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih](https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih)

- Kusnandar, Viva. (2019). 10 Akun Instagram Dengan Pengikut Terbanyak di Dunia. databoks.katadata.co.id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/113323/10-akun-instagram-dengan-pengikut-terbanyak-di-dunia>.
- Latuperode Possa, Anggie Ayu Astria. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. ISSN: 2774-7670, Vol. 3 No. 1.
- McQuail, D. (2003). Toeri Komunikasi Massa. Jakarta : Erlangga.
- Putri, S. (2018). Literasi Media Digital, Diambil Kembali Dari Kompasiana.com : [Kompasiana.com/5c07c8a843322f34836ce483/Literasi-Media-Digital](https://kompasiana.com/5c07c8a843322f34836ce483/Literasi-Media-Digital)
- Putri, V. M. (2019). Instagram Jadi Medsos Favorit Gen Z, Kamu Bagaimana? Detikinet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4472571/instagram-jadi-medsos-favorit-gen-z-kamu-bagaimana>
- Salman Farid, Ahmad. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik Dan Persepsi Publik. Qaulan : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam 4, no. 1.
- Samantha Bradshaw, P. N. (2019). The Global Disinformation Order 2019: Global Inventory of Social Media Manipulation. Computational Propaganda Research Project.
- Saragih, M. Yoseriah. (2023). Efektivitas Komunikasi Jurnalistik Online Dalam Kampanye Pemilu 2024. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah, 8(3), 2023 : 1753-1758. DOI : <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25559>.
- Sari, A. (2019). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Proses Pemilihan Umum. Diambil Kembali Dari Tirto.id : <https://tirto.id/Media-Sosial-Dan-Pengaruhnya-Terhadap-Proses-Pemilihan-Umum-Dhks>.
- Setiawan, B., & Rabuani, C.C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan. Riset, 1(1), 001-015. <https://doi.org/10.35212/277621>.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALPHABET.
- Susantio, R., & Candraningrum, D. A. (2019). Pengaruh Brand Image Oi-Dakk Dengan Penggunaan Endorser Untuk Promosi di Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. Prologia, 3(1), 238. <https://doi.org/10.24912/pr.v3il.6246>