

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, N.F., *et al.* (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya 2023*, 643-652.
- Aryadillah., & Fitriansyah, F. (2022). Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *Jurnal Public Relation*, 3(1), 87-92. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1150>
- Azahwa, S.D., *et al.* (2024). Opini Publik Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jakarta terhadap Kampanye Desak Anies Menjelang Pemilu Tahun 2024. *Jurnal Hukum, Politik dan Humaniora*, 1(4), 176-186. <https://doi.org/10.62383/progres.v1i4.1049>
- CNN Indonesia. (2023, Desember 9). Survei Indikator: Pemilih Anies Kalangan Terdidik, Prabowo Lulusan SMP. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20231209165211-617-1035125/survei-indikator-pemilih-anies-kalangan-terdidik-prabowo-lulusan-smp/amp>.
- Dewi, N. (2024, Februari 14). Awal Mula Terbentuknya Acara 'Desak Anies'. *Metrotv.news*. <https://www.metrotvnews.com/play/N0BCv1AB-awal-mula-terbentuknya-acara-desak-anies>.
- Dewi, W.W.A., & Syauki, W.R. (2022). Pesan Kampanye Non-Government Organization terhadap Permasalahan Sampah Plastik. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 169-171. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.428>
- Effendy, U.O. (2012). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Farida., Rasda, D., & Mutmainna. (2023). Implikasi Media Sosial Dalam Tahapan Kampanye Pemilu Serentak Tahun 2024. *Vifada Assumption Jurnal of Law*, 1(2), 30-37. <https://doi.org/10.70184/gmt7gs45>
- Farisa, F.C. (2024, Februari 27). Sirekap Pilpres Data 77,56 Persen: Prabowo 58,84 Persen, Anies 24,46 Persen, Ganjar 16,7 Persen. *Kompas.com*.

<https://nasional.kompas.com/read/2024/02/27/18124651/sirekap-pilpres-data-7756-persen-prabowo-5884-persen-anies-2446-persen>.

Febrianto, D., *et al.* (2024). Strategi Kampanye dan Branding Politik Anies Baswedan Melalui Instagram @Ubahbareng dalam Meraih Suara Generasi Z. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(4), 1519-1529. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i4.1669>

Febriari, S. (2024, Januari 23). 'Desak Anies' di Yogyakarta Tetap Ramai Peserta Meski Pindah Lokasi. *Metrotv.news*. <https://www.metrotvnews.com/play/NG9C39E1-desak-anies-di-yogyakarta-tetap-ramai-peserta-meski-pindah-lokasi>.

Firmanzah. (2012). *Marketing Politik antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Gunanto, D., *et al.* (2024). Dinamika Koalisi Partai Politik dalam Pencalonan Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilu 2024. *Jurnal Administrasi Negara*, 12(1), 57-67. <http://doi.org/10.30656/sawala.v12i1.8150>

Hakim, L.N. (2024, Januari 11). Anies: Transisi Energi Tak Boleh Dilakukan Secara Gegabah. *Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20240111/44/1731496/anies-transisi-energi-tak-boleh-dilakukan-secara-gegabah>.

Hamdi, S. (2024). Manuver dan Gaya Politik Gibran di Pilpres 2024. *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 11(2), 118-138.

Hamdi, S., *et al.* (2024). Drama, Manuver, dan Cawe-Cawe Politik Menjelang Pilpres 2024. *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 10(4), 189-204. <https://doi.org/10.56015/gjikplp.v10i4.221>

Hanifah, M., & Lexianingrum, S.R. (2024). Konstruksi Realitas Golput Dalam Pemilu Bagi Kaum Gen Z: Studi Komunikasi Politik. *Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(4), 258-269.

- Harahap, S.W., *et al.* (2021). Komunikator dan Komunikan dalam Pengembangan Organisasi. *Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 3(1), 106-114. <https://doi.org/10.31289/tabularasa.v3i1.629>
- IR. (2023, Desember 14). Desak Anies dari Kafe ke Pasar, Anies: Pasar Tradisional Tidak Boleh Mati. *kumparanNEWS*. <https://kumparan.com/kumparannews/desak-anies-dari-kafe-ke-pasar-anies-pasar-tradisional-tidak-boleh-mati-21IPT1oJYL7/full>.
- Iswardhana, M.R., *et al.* (2023). Kampanye Gunakan Hak Suara dan Jangan Golput pada Pemilu 2024 Untuk Generasi Muda. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 117-122. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v3i1.2014>
- Julia, M., & Masyrurroh, A.J. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383-395. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.895>
- Kandias, M.R.N., & Karniawati, N. (2023). Fenomena Partisipasi Masyarakat Kota Bandung dalam Pemilihan Presiden 2024 melalui Media TikTok. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(6), 24-33. <https://doi.org/10.36355/jppd.v6i1.140>
- Khakim, M.S. Partisipasi Politik Generasi Muda pada Pemilihan Umum Tahun (2024). *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 4(1), 98-116. <https://doi.org/10.47134/villages.v4i1.47>
- Kirana, N., *et al.* (2021). Analisis Komunikasi Petani Kelapa Sawit Pola Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. *Journal of Agribusiness and Community Empowerment*, 4(1), 16-29. <https://doi.org/10.32530/jace.v4i1.166>
- KPU RI. (2023, Juni 23). 55% Pemilih didominasi Generasi Muda, Bantu KPU dala, Penyelenggaraan Pemilu 2024. *KPU.go.id*. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11684/55-pemilih-didominasi-generasi-muda-bantu-kpu-dalam-penyelenggaraan-pemilu-2024>.

- Kroen, T.O. (2024, Januari 18). Desak Anies Jawab Solusi Nakes. *RM.id*.
<https://rm.id/lihat-foto/pemilu/206624/desak-anies-jawab-solusi-nakes/2>.
- Kunandar, A.Y., et al. (2024). *DIGITAL DISTURBIA: Hiruk-Pikuk Digitalisasi Komunikasi*. Sleman: Galuh Patria.
- Lestari, H., et al. (2023). GenerasiMuda KokTakut Bersuara?. *Journal of Information Systems and Management*, 2(5), 96-100.
<https://doi.org/10.4444/jisma.v3i1.697>
- Luthfie, M., et al. (2024). Efektivitas Kampanye “Desak Anies” Melalui TikTok Terhadap Partisipasi Politik Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bogor. *Karimah Tauhid*, 3(10), 11039-11055.
<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i10.15239>
- Majid, A., & Sari, A.N. (2023). Analisis Terhadap Presidential Threshold dalam Kepentingan Oligarki. *Jurnal Rechten: Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia*, 5(1), 8-15. <https://doi.org/10.52005/rechten.v5i2.120>
- Masful, K.A. (2024). Reimagining Democracy: An Exploration of Anies Baswedan’s “Desak Anies” Program. *Indonesian Journal of Social Development*, 1(3), 1-13. <https://doi.org/10.47134/jsd.v1i3.2243>
- Maulida, B., et al. (2023). Analysis of the #KitaSamaRasa Community #ISmile4You Campaign in Building Awareness Stop Bullying. *Journal of Educational and Cultural Studies*, 1(3), 228-239.
- Moleong, L.J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mubarrod, R., & Syarwi, P. (2024). Marketing Politik Jelang Pemilu 2024 “Desak Anies”, “Prabowo Gemoy”, dan “Ganjar Nginep di Rumah Warga”. *Jurnal Communitarian*, 5(2), 893-904. <http://dx.doi.org/10.56985/jc.v5i2.492>
- MZA. (2024, Maret 20). Hasil KPU Lengkap! Ini Pemenang Pilpres dan Pileg 2024. *CNBC Indonesia*.
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240320224410-128-523846/hasil-kpu-lengkap-ini-pemenang-pilpres-pileg-2024>.

- Nabilah, I.F., *et al.* (2022). Perbandingan Pemilihan Umum Presiden di Indonesia dengan Korea Selatan. *Legalitas: Jurnal Hukum*, 14(1), 78-86. <https://doi.org/10.33087/legalitas.v14i1.309>
- Nasional. (2024, Januari 8). Janji Konkrit Anies untuk Gorontalo: Jadikan Kota Agropolitan. *Detak.co*. <https://detak.co/kategori/nasional/janji-konkrit-anies-untuk-gorontalo-jadikan-kota-agropolitan/>.
- Nazar, R.F., & Mubarak, A.F. (2023). Dinamika Komunikasi Politik Menjelang Pemilihan Umum Presiden Tahun 2024. *Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial*, 5(2), 79-86. <https://doi.org/10.51486/jbo.v5i2.188>
- Nazma, A.A., & KN, J. (2024). Kampanye Kreatif Calon Presiden Anies Baswedan pada Media Sosial TikTok. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin*, 3, (3), 86-93.
- Perdana, D.D., & Saragih, R.B. (2024). Political Spectacle The 2024 Presidential Election in Indonesia. *ICOMMEDIG*, 1(1), 400-409.
- Prakoso, B., *et al.* (2023). Dinamika Politik Menuju Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Lanskap Politik*, 1(3), 107-133. <https://doi.org/10.31942/jlp.2023.1.2>
- Pratyahara, K.N., *et al.* (2024). Pengusulan Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden sebagai Peserta Pemilu menurut Undang-Undang Pemilihan Presiden. *Nusantara Hasana Journal*, 4(4), 97-108. <https://doi.org/10.59003/nhj.v4i4.1231>
- Rahmadillah, A., *et al.* (2021). Pengaruh Pengguna Media Sosial Twitter terhadap Keterampilan Komunikasi Interpersonal di Kalangan Remaja Kecamatan Tambun Utara Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Daring Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 19-38.
- Ramadhan, D.N. (2024, Januari 18). Anies Komitmen Serious dalam Upaya Perlindungan Perempuan. *ANTARA*. <https://www.antaranews.com/berita/3922473/anies-komitmen-serius-dalam-upaya-perlindungan-perempuan>.
- Retamara, R., *et al.* (2023). Analisis Tindakan Aktor-Aktor Politik Jelang Pemilu tahun 2024 dalam Proses Pencalonan melalui Media Sosial. *Jurnal*

Studi Ilmu Politik, 2(3), 157-169.
<https://doi.org/10.19109/jsipol.v2i3.18043>

Rimawati, E. (2023, Desember 28). Anies Disambati Nelayan soal Solar hingga Perizinan Kapal. *DetikJatim*. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7112963/anies-disambati-nelayan-soal-solar-hingga-perizinan-kapal/amp>.

Saputra, R. (2017). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Tahun 2014. *JOM FISIP*, 4(1), 1-12.

Satria, E., *et al.* (2023). Increasing youth awareness on the election in Baubau City. *Community Empowerment*, 8(8), 1122-1128.
<https://doi.org/10.31603/ce.9003>

Setiawan, T., & Chumaeson, W. (2022). Paradoks Survey dan Elektabilitas: Quo Davis antara Hasil Jajak Elektabilitas dan Hasil Empiris Beberapa Pilkada di Indonesia. *Intelektiva*, 4(4), 40-48.

Siregar, A.G. (2024, Januari 29). Desak Anies Edisi Buruh, Capres 01 Janjikan Buat BPJS untuk Driver Ojol Jika Jadi Presiden. *tvonenews.com*.
<https://www.tvonenews.com/amp/berita/nasional/184256-desak-anies-edisi-buruh-capres-01-janjikan-buat-bpjs-untuk-driver-ojol-jika-jadi-presiden?page=all>.

Suhairi., *et al.* (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436-444.
<https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.5018>

Susanto, G., *et al.* (2023). Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 483-491. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10115513>

Susanto, I.W.H., *et al.* (2024). Pengaturan Larangan Penggunaan Fasilitas Negara dalam Pelaksanaan Kampanye Politik Pemilihan Umum. *Nusantara Hasana Journal*, 4(2), 43-50. <https://doi.org/10.59003/nhj.v4i2.1172>

Suwarko, A. (2024). De-Komodifikasi Agama Dalam Konteks Politik Elektoral (Studi Video “Desak Anies” pada Kanal Youtube Anies Baswedan di Pilpres 2024). *International Conference on Tradition and Religious Studies*, 3(1), 880-888.

Wahyudi, F.S., & Firdaus, M.I. (2024). Strategi Komunikasi Desak Anies: Analisis Kampanye Gaya Baru untuk Mencerdaskan Bangsa dan Membangkitkan Semangat Konstitusionalisme dalam Amanat UUD 1945. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(5), 174-185. <https://doi.org/10.62504/jimr456>

