

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra Dwi Syafia, J. O. (2024). Membangun Citra, Meraih Suara: Persepsi Pemilih Pemula Pada Pilpres 2024. *Indonesian Journal of Public Administration Review*, 15.
- Digital 2023: Indonesia. (2023). Retrieved from We Are Social: <https://wearesocial.com/digital-2023>
- Erdinaya, E. A. (2004). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- John H. Aldrich, R. G. (1982). The Measurement of Public Opinion about Public Policy: A Report on Some New Issue Question Formats. *American Journal of Political Science*, 391-414.
- Law, W. (2021). Decomposing Political Advertising Effects on Vote Choices. *Public Choice* 188, 525-547. doi:<https://link.springer.com/article/10.1007/s11127-020-00849-8>
- Pahlevi, M. E. (2023, July 19). *Angka Fantastis Belanja Iklan Media Sosial Bakal Calon Presiden dan Partai Politik*. Retrieved from KISP: <https://kispid.org/07/2023/publikasi-kisp/angka-fantastis-belanja-iklan-media-sosialbakal-calon-presiden-dan-partai-politik/>
- Pradana, I. P. (2024). Efektivitas Iklan Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Warga Negara. *Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 117–122.
- Ridout, M. F. (2007). Does political advertising persuade? *Government Faculty Publications*, 471.

Sajid, M., Javed, J., & Warraich, N. F. (2024). The Role of Facebook in Shaping Voting Behavior of Youth: Perspective of a Developing Country. *SAGE Open*, 14(2).

<https://doi.org/10.1177/21582440241252213>

Santoso, A. A. (2024). Penetapan Ganjar Pranowo Sebagai Calon Presiden: Studi Analisis Topik pada Reverse Agenda Setting Terkait Kasus Ganjar Pranowo. *IIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*.

Simamora, B. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Surbakti, Ramlan. (1997). *Partai, Pemilu dan Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Suryatna, U. (2011). Pengaruh Terpaan Media Iklan Politik Terhadap Perilaku Pemilih Pemula. *Jurnal Sosial Humaniora*, 134-144.

Winda Kustiawan, M. K. (2022). Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 4.

Xiao Tong Chu, R. V. (2024). Do Online Ads Sway Voters? Understanding the Persuasiveness of Online Political Ads. *Taylor & Francis*, 290-314.

Yuan, L. (2018, Agustus 6). *A Generation Grows Up in China Without Google, Facebook or Twitter*. Retrieved from The New York Times