

DAFTAR PUSTAKA

- Alfreda, J. (2021). Tinjauan Komunikasi Publik Di Era Pandemi Covid-19 Terkait Optimalisasi Vaksinasi Covid-19. *Sosioedukasi: Jurnal Ilmiah Ilmu ...*, 10(2), 229–238.
- Anshori, A. (2019). Opini Masyarakat Kota Medan Terhadap Pemilihan Serentak Presiden Dan Legislatif Tahun 2019. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 142–156. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i2.3352>
- Arikunto. (2010). Suharsimi Arikunto.pdf. In *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik-Revisi ke X*.
- Ashri, S. (2019). *Analisis Framing Pemberitaan Deklarasi Kampanye Damai Pemilihan Presiden 2019 Di Liputan6.com Dan Tempo.co*.
- Ayatullah, A. (2017). *Pembatasan Kampanye Dan Rendahnya Partisipasi Pemilih Pada Pilkada Serentak 2015 Di Tiga Kabupaten Di Sulawesi Selatan*. 6(1).
- Badri, M. (2021). Persepsi Pemilih terhadap Desain Media Luar Ruang Saluran Komunikasi Politik pada Pilkada 2020 di Riau. *Jurnal Desain*, 8(2), 159. <https://doi.org/10.30998/jd.v8i2.8628>
- Bagus Hidayatullah. (2021). *Analisis Semiotika Makna Foto Dalam Baliho Kampanye Giring Untuk Pilpres 2024*.
- Hst, M. H. R. (2020). *Tinjauan Yuridis Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Pra dan Pasca Amandemen Undang-Undang Dasar 1945*.
- Huberman, M. B. M. and A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis* (Vol. 59).
- Imron Wafdurrahman. (2015). Analisis Pelanggaran Prinsip Kerjasama Dalam Debat Cawapres Republik Indonesia Tahun 2014. In *Proceedings of the National*

Academy of Sciences (Vol. 3, Issue 1).

Ivan Aditya Mileniawan, M. S. P. (2021). *Optimalisasi Vaksinasi Dalam Rangka Pencegahan Penularan Covid-19 Di Lembaga Pemasyarakatan Kelas Iib Bangko. 4*, 1–39.

Khatami, M. I. (2021). Eksistensi “Baliho 2024” dalam Pertarungan Elektabilitas: Analisis Pencitraan Tokoh Politik. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jambi (JISIP-UNJA)*, 5, 14–24.

Khotimah, K. (2020). *Pemberitaan Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) 2019 Pada Media Online (Analisis Framing Pemberitaan Calon Presiden Dan Wakil Presiden Di Pantura Post Periode September 2018 – Mei2019) SKRIPSI* (Issue September 2018).

Limilia, P., & Ariadne, E. (2018). Pengetahuan dan persepsi politik pada remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 16(1), 45–55. <https://doi.org/10.7454/jps.2018.5>

Mustapa, Adam, Suntoro Irawan, Y. H. (2006). PENGARUH PEMBERITAAN MEDIA MASSA DALAM GEJOLAK POLITIK TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP PEMILIH PEMULA. *Kultur Demokrasi*, 1999(December), 1–6.

Nugroho, A. (2015). *Analisis Variasi Kalimat Dan Penggunaan Teknik Persuasif Dalam Spanduk Kampanye Calon Presiden Dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2014 Di Kota Yogyakarta*. 224–233.

Parawangsyah, A. (2020). *Tesis analisis model institusionalisme pada kebijakan dana kelurahan di kecamatan tempe kabupaten wajo*.

Prasetya, R. G. (2017). *Analisis Iklan Politik Bernuansa Islam Pada Media Cetak Lokal Palembang*. 6–18.

- Pratistya, R. (2015). *Pelanggaran prinsip kerja sama dan implikatur dalam acara debat tv one serta implikasinya terhadap pembelajaran bahasa indonesia di sma.*
- Rahmat, B., & Esther, E. (2016). PERILAKU PEMILIH PEMULA DALAM PILKADA SERENTAK DI Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang TAHUN 2015. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 42(2), 25. <https://doi.org/10.33701/jipwp.v42i2.148>
- Rosdiani, K., & Putri, K. Y. S. (2021). Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Kampanye Politik Perempuan Melalui Instagram (Studi Deskriptif: Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UNJ Terhadap Kampanye Politik Krisdayanti Melalui Instagram). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 150–157. <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.882>
- Subiyanto, A. E. (2020). Pemilihan Umum Serentak yang Berintegritas sebagai Pembaruan Demokrasi Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, 17(2), 355. <https://doi.org/10.31078/jk1726>
- Sugeng Cahyo, A. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Jurnal Publiciana*, 194–210. <https://doi.org/10.1201/ebk1439811924-14>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.*
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.* Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Cetakan Ke 26).* In Bandung: CV Alfabeta.
- Surbakti, R., & Supriyanto, D. (2013). Partisipasi warga masyarakat dalam proses

penyelenggaraan pemilihan umum. In *Seri Buku Demokrasi Elektoral*.

Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media Sosial Dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, 4(1). <https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3390>

Tandayu, I. (2017). *Opini Masyarakat Terhadap Pemberitaan Penistaan Agama Islam Oleh Ahok Di Media Telivi*. 111.

Umulkulsum, D., & Suaji, R. A. D. A. (2020). A new decade for social changes. *Technium Social Sciences Journal*, 7, 312–320.

Utami, I. T. (2014). Citra Joko Widodo Dan Jusuf Kalla Dalam Iklan Politik Televisi. *UIN Maulana Malik Ibrahim*, 39(1), 1–15.

Wahyuni, A., Fitri, R., Najmi, M. Z., Lovy, D., Rafif, M. R., & Latifah, A. (2021). Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat dalam Pencegahan Penularan Covid-19 dan Optimalisasi Adaptasi Kebiasaan Baru. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 170–184. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v3i2.4084>

Wijanarko, Y. A. (2007). Analisis Framing Pemberitaan Deklarasi Pencapresan Jokowi di Media Massa. *Jurnal Komunikasi Massa*, 9.

Yulandari, R., & Abidin, Z. (2017). Pengaruh Iklan Politik Baliho Sebagai Bagian Dari Strategi Kampanye T. Irwan Djohan Pada Pemilu Legislatif di Kota Banda Aceh Tahun 2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(3), 1–17.