

DAFTAR PUSTAKA

- Abugaza, A., 2013. *Social Media Politica: Gerak Massa Tanpa Lembaga*. Jakarta: PT. Tali Writing & Publishing House.
- Andata, Priscila, C., dkk, 2022. 'Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness "Somethinc" Pada Pengguna Instagram', *Jurnal Komunikasi*, vol. 13, no. 2, hh. 85–86. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v13i2.13261>
- Annisa., 2023. *Pengertian Pemilu, Fungsi dan Prinsipnya*. fahum.umsu.ac.id. Diakses pada 4 April 2024, <https://fahum.umsu.ac.id/pengertian-pemilu-fungsi-dan-prinsip/>
- Azwar, S., 2016. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bachtiar, Imam, D., & Retno S., 2024. 'Pengaruh Digital Marketing Melalui Facebook Terhadap Minat Beli Pengguna Facebook Di Amira Bakery', *Jurnal Janitra Informatika Dan Sistem Informasi*, vol. 4, no. 1, hh.28. Diakses pada 11 Oktober 2024, <https://doi.org/https://doi.org/10.59395/janitra.v4i1.179>
- Basyari, I., 2023. *Giliran Ganjar-Mahfud Menjalani Pemeriksaan Kesehatan*. Kompas.id. Diakses pada 29 November 2023, <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/10/22/giliran-ganjar-mahfud-menjalani-pemeriksaan-kesehatan>
- Bijak Memilih, 2023. *Profil Kandidat Capres & Cawapres RI 2024*. bijakmemilih.id. Diakses pada 28 November 2023, <https://www.bijakmemilih.id/profil-kandidat>
- Darmayanti, P, E, L., & Abiyasa, P, A., 2022. 'Adaptasi Social Media Marketing sebagai Strategi mempertahankan Eksistensi di Tengah Pandemi Covid-19'. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, vol. 13, no. 2, hh.256–257. Diakses pada 11 Desember 2023, <https://ejournalunsam.id/index.php/jseb/article/download/3498/3428/>
- Djamal, M., 2017. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Firmanzah., 2012. *Marketing Politik Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firdausya, M. A., 2023. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram@ Kominfo. Dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Diakses pada 2 Mei 2024, <https://repository.uin-suska.ac.id/75385/>
- Hidayatullah, S., 2020. *Memahami Jenis-Jenis Media Sosial*. MarketingCraft. Diakses pada 8 Februari 2024, <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>
- Inggih, P., 2022. *Mengenal Apa Itu TikTok, Sejarah dan Beberapa Fitur-fiturnya*. IDMETAFORA. Diakses pada 2 Januari 2024, <https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html>
- Isnaeni, A. H., 2020. *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Social Media Marketing Daffa Hijab Dalam Menarik Minat Beli Periode Januari S/D September Tahun 2020*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Diakses pada 2 Mei 2024, <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/1708/>

- KPU RI, 2023a. *Bakal Capres-Cawapres Ganjar-Mahfud Daftar ke KPU*. kpu.go.id. Diakses pada 29 November 2023, <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12006/bakal-capres-cawapres-ganjar-mahfud-daftar-ke-kpu>
- KPU RI, 2023b. *KPU Gelar Pengundian dan Penetapan Calon Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2024*. kpu.go.id. Diakses pada 29 November 2023, <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12088/kpu-gelar-pengundian-dan-penetapan-nomor-urut-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden-pemilu-2024>
- KPU RI, 2023c. *KPU Tetapkan Tiga Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2024*. kpu.go.id. Diakses pada 29 November 2023, <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12081/kpu-tetapkan-tiga-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden-pemilu-2024>
- KPU RI, 2024. *SILON: Sistem Informasi Calon*. infopemilu.kpu.go.id. Diakses pada 8 Februari 2024, https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Pwp/Pengundian_nomor_urut
- Kurnia, Y, R., Dian, D, P., Emanuel, E, S., Willy, M, C, N., 2023. *Megawati Umumkan Mahfud MD Jadi Cawapres Ganjar, Dinilai Sarat Pengalaman*. Kompas.id. Diakses pada 29 November 2023, <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/10/18/megawati-umumkan-mahfud-md-jadi-cawapres-ganjar-dinilai-sosok-berpengalaman-lengkap>
- Liberty Jemadu., A.G.P., 2018. *Kominfo Blokir Sementara Aplikasi Tik Tok*. suara.com. Diakses pada 29 November 2023, <https://www.suara.com/tekno/2018/07/03/183051/kominfo-blokir-mentara-aplikasi-tik-tok>
- Liedfray, T., Fonny J.W., & J.J.L., 2022. 'Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.' *Jurnal Ilmiah Society*, vol. 2, no. 1, hh. 2. Diakses pada 13 Desember 2023, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/38118>
- Lupitasari, C., 2014. *Formulasi Personal Branding Prabowo Subianto*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses dari <https://e-journal.uajy.ac.id/6880/>
- Moleong, J.L., 2012. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Naim, R, R, D., 2022. *Hubungan Antara Social Media Addiction Dengan Kecenderungan Depresi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Diakses dari <https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/16512/>
- Nugraha, I, Y., 2021. *Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi Pada Konsumen Dazzle)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses dari <https://e-journal.uajy.ac.id/26229/>
- Ngazis, Nur, A., & Hasanah, M., 2018. *Kominfo: Blokir Tik Tok Hanya Sementara*. viva.co.id. Diakses pada 30 November 2024, <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1050504-kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara>.
- Pratama, F, H., dkk. 2022. 'Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Venue Golden Sriwijaya Building Kota Palembang.' *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, hh. 43, Diakses pada 11 Desember 2023, [Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis \(polsri.ac.id\)](https://jurnal.terapanilmuekonomi.com/index.php/terapanilmuekonomi)

- Puspitarini, S, D., R.N., 2019. 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House).' *Jurnal Common*, vol. 3, no. 1, hh. 73, Diakses pada 13 Desember 2023, <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Putra, M, Y., L.D.H., 2015. 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @Ta_Feb).' *Jurnal e-Proceeding of Management*, vol. 2, no. 1, diakses pada 7 Februari 2024, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1127>
- Safarina, E, Y., Dwi W Artiningsih., & E.Z., 2022. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Instagram @Banjarinfo Di Banjarbaru*. Universitas Islam Kalimantan MAB. Diakses dari <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/12286/>
- Sangen, M., FR Dalimunthe, & Meiske Claudia., 2021. 'Pengaruh Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kuliner "Gerobak Elba" Banjarmasin', *Jurnal Wawasan Manajemen*, vol. 9, no. 3, hh. 192. Diakses dari https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Aj2pXAYAAAAJ&citation_for_view=Aj2pXAYAAAAJ:kNdYIx-mwKoC
- Setiyarti, T., Grace F, S., Pipit, S., 2021. 'Pengaruh 4C Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik', *Jurnal Forum Manajemen*, hh. 93. Diakses pada 14 Desember 2023, <https://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/PROSIDING/article/view/444>
- Simamora, D., dkk., 2019. 'Aktivitas Promosi Rumah Makan Grill Bro Di Media Sosial Instagram Pada Akun @Grillbro.Id', *E-Journal Ilmu Komunikasi Fisip Unmul*, vol. 7, no. 4, hh. 151–52. Diakses dari <https://portal.fisip-unmul.ac.id/site/?p=9123>
- Situmeang, J.W.A., 2021. *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses dari <https://e-journal.uajy.ac.id/27077/>
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sya'idah, E, H., & Tontowi, J., 2022. 'Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan Lingua Franca Edutama', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, vol. 3, no. 5, hh. 2826. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.1014>
- Taan, H., D., 2021. 'Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image.' *SEIKO : Journal of Management & Business*, vol. 4, no. 1, hh. 318–319. Diakses pada 28 November 2023, <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1270>
- Takdir, S., & Devran, S., Rivandi., 2022. 'Pengaruh Social Media Marketing Melalui Platform Whatsapp Pada Minat Beli Masyarakat', *Economics and Digital Business Review*, vol. 3, no. 1, hh. 45. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v3i1.115>
- Tim detikNews, 2023. *Sah! PDIP Umumkan Ganjar Pranowo Capres 2024*. detikbali. Diakses

pada 8 Februari 2024, <https://www.detik.com/bali/berita/d-6684504/sah-pdip-umumkan-ganjar-pranowo-capres-2024>

Wijayanti, P., Joko, W., 2024. 'Evaluasi Pemanfaatan Instagram @perpustakaanprovjateng Sebagai Media Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah', *ANUVA Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, vol. 8, no. 1, hh. 59–60. Diakses dari <https://doi.org/10.14710/ihis.v%vi%i.18857>

We Are Social, 2023. *Digital 2023 Indonesia*. wearesocial.com. diakses pada 7 Februari 2024, <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

Yusuf, Y., 2020. 'Social Media Marketing: Empirical Investigation of Academic Information NeedsNo Title', *Atlantis Press*, vol. 143, hh. 88. Diakses dari <https://www.atlantispress.com/proceedings/isbest-19/125940929>

Zulfanisa, N., 2022. *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Roti'o Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Diakses pada 2 Mei 2024, <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/28014>

Media Sosial

1. TikTok: @ganjarpranowo
2. Twitter: @ganjarpranowo