

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Hogg, M. A. (2021). Social identity theory . *Understanding peace and conflict through social identity theory*, 17.
- Huddy. (2020). *handbook of political psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Koli, N. (2024). Pengaruh Kampanye Digital Di Media Instagram. *Ikraith-Humaniora*, 8(3), 482–488.
- Larsson, A. O. (2021). *The rise of Instagram politics: Visual political communication and agenda-setting*. London: New Media & Society.
- Lim, M. (2021). *Digital media and political participation in Southeast Asia*. Routledge.
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations in participatory politics. *Information, Communication & Society*, 14(6), 757–769.
- McCombs, M. (2020). *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu komunikasi: Suatu penganta*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2020). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nofiard. (2022). *Komunikasi politik dan pembentukan opini publik di era media digital*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Perloff. (2021). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century*. New York: Routledge.

- Pitaloka, R. D. (2022). *Politik representasi dan perjuangan sosial dalam perspektif kebijakan publik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Stier, S. B. (2022). Integrating survey data and digital trace data: Targeted political communication and social identity on social media. *Political Communication*, 161-183.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tajfel, H. &. (1982). *An integrative theory of intergroup conflict*. California: Brooks.
- Webster, J. G. (2017). *The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital age*. MIT Press.

Jurnal

- Ainurrizqi, A. F., & Sukmana, O. (2025). *Partisipasi Politik Masyarakat di Negara Demokrasi : Studi Kasus Pemilihan Umum 2024 di Indonesia*. *Journal of Society Bridge*, 3(1995).
- Ana Saritilawa, A, Prasetyo, & Lestari, R. (2024). *Strategi komunikasi politik digital dalam membangun citra kandidat legislatif*. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 14(1), 45–62.
- Aulia, N.C, Fridiyanti, Y. (2024). *Peran Instagram Dalam Partisipasi Politik Generasi Muda Di Pemilu 2024*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 11, Nomor, 1.
- Aulia, S. (2025). *Authenticity dan politik visual di media sosial: Studi kampanye legislatif berbasis Instagram*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 21-38.
- Aulia, S, & Fridiyanti, N. (2025). *Authenticity dan politik visual di media sosial: Studi kampanye legislatif berbasis Instagram*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1), 21–38.
- Aulia, W., Putri Adellia, S., Sobariantama, D. P., & Misnawati, D. (2024). *Pemanfaatan Platform Instagram Sebagai Media Promosi Pemilu 2024*. *LITERASI : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 43–60.

- Ayudhiya, N., Prakoso, T., & Lestari, E. (2024). *Political branding akun Instagram @Ganjar_Pranowo dalam kampanye Pilpres 2024*. E-Journal Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta, 12(1), 1–18.
- Gracia, A. (2020). *Pemanfaatan media sosial sebagai sarana kampanye politik di era digital*. Jurnal Komunikasi Politik, 45=56.
- Gracia, M. S. (2020). *The Effectiveness of Political Campaign on Instagram to Influence Vote Intention*. COMMENTATE: Journal of Communication Management, 11- 72.
- Herdiansah, A. G.-B. (2023). *Budaya politik lokal dan perilaku pemilih masyarakat Sunda dalam konteks demokrasi elektoral*. Jurnal Politik Lokal, 87-101.
- Hidayat. (2023). *Situasi Demokrasi Nasional Menuju Pemilu 2024*. jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 856.
- Ihsan, A. (2025). *Dampak Media Digital terhadap Komunikasi Politik*. Komunika. Jurnal Ilmiah Komunikasi, 20-28.
- Jadidah, I. T. (2023). *Pengaruh Media Digital Terhadap Sosial Budaya Pada Anak Usia Sekolah*. Jurnal Multidisipliner Kapalamada, 253-268.
- Lestari, R. P. (2024). *Pola konsumsi informasi politik pemilih di era media sosial*. Jurnal Komunikasi Politik, 45-60.
- Lestari, V. D., Kumalasari, A., & Kasiemi, S. (2024). *Media Sosial Sebagai Alat Kampanye Pemilu 2024: Perspektif Pengguna Tiktok*. Jurnal Komunikasi Nusantara, 6(1), 30–37.
- Maulana, R. &. (2023). *Strategi komunikasi emosional dalam kampanye politik digital di media sosial*. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, 123=138.
- Negara, R. P., & Wijayanto, X. (2023). *Analisis konten media sosial Instagram @Baruna.airlangga dalam kampanye politik*. E-Journal Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro, 11(2), 134–148.
- Nugroho, A., & Santoso, B. (2023). *Industrialisasi dan transformasi struktur kelas pekerja di Jawa Barat*. Jurnal Sosiologi Politik, 9(2), 89–107.

- Putra, A. R. (2024). *Media sosial sebagai alat kampanye politik: Strategi pembentukan citra dan pengaruh terhadap opini publik*. Jurnal Komunikasi Politik, 67-82.
- Putri, A. R., & Pratama, M. D. (2022). *Kampanye politik digital dan respons pemilih muda di Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik Digital, 4(1), 15–32.
- Rahmawati, L. (2023). Konsumsi media sosial di kalangan kelas menengah urban Indonesia. *Jurnal Media dan Masyarakat*, 6(2), 55–71.
- Sakroni, D. P. (2024). Identitas sosial dan perilaku politik dalam komunikasi politik digital. *Jurnal Psikologi Sosial dan Politik*, 21-36.
- Santoso, D. (2023). *Media sosial dan pembentukan opini publik dalam kontestasi elektoral lokal*. Jurnal Politik Lokal, 5(1), 40–58.
- Saritilawa, A. P. (2024). *Strategi komunikasi politik digital dalam membangun citra kandidat legislatif*. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, 45-62.
- Vadia, A. S, Putri, B. A, Meizan, Prastin, I. S, Megantara, M. S, & Rahmawati, R. (2024). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Kampanye Politik : Studi Kasus Putra Nababan dalam Meningkatkan Keterlibatan dan Dukungan Pemilih di Era Digital*. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2(1), 1–15.
- Vandita, L. Y. (2024). *Demokrasi dalam Perspektif Islam*. Jurnal Penelitian Dan Ilmu Pendidikan, 545-552.
- Wulandari, S. (2024). *Perilaku pemilih muda dan preferensi kampanye visual di media sosial*. Jurnal Pemilu dan Demokrasi, 3(1), 66–84.

Lembaran Negara

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Produk domestik regional bruto kabupaten/kota se-Jawa Barat tahun 2024*. BPS Provinsi Jawa Barat.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). *Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2024*. BPS RI.

Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (2024). *Peraturan dan penetapan daerah pemilihan Pemilu 2024*. KPU RI.

Komisi Pemilihan Umum Provinsi Jawa Barat. (2024). *Data daftar pemilih tetap Pemilu Legislatif 2024 Provinsi Jawa Barat*. KPU Jawa Barat.

Website

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2024*. APJII.

McNair, B. (2017). *An Introduction to Political Communication* (6th Editio).
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315750293>

Nofiard, F. (2022). Komunikasi Politik Digital di Indonesia. *Al-Hiwar : Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 10(2), 31. <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v10i2.7548>

Pitaloka, R. D. (2023). Instagram.
https://www.instagram.com/riekediahp?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==