

Persepsi Mahasiswa terhadap Komunikasi Politik Anies Baswedan di Twitter (Studi pada Mahasiswa FISIPOL UMA)

Student Perception of Anies Baswedan's Political Communication on Twitter (Study on FISIPOL UMA Students)

H. Andri & Dedi Sahputra*

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Politik
Universitas Medan Area, Indonesia

Received: 08 March 2025; Reviewed: 29 March 2025; Accepted: 05 April 2025

*Corresponding Email: dedi_sahputra@staff.uma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi politik Anies Baswedan di media sosial Twitter terhadap persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui survei dengan instrumen kuesioner yang disebarkan kepada 89 mahasiswa aktif yang menggunakan Twitter dan terpapar pesan politik Anies Baswedan. Data dianalisis dengan teknik regresi linier sederhana dan uji koefisien determinasi untuk menguji hubungan antara komunikasi politik dan persepsi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi politik Anies Baswedan di Twitter memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi mahasiswa, meskipun ada keraguan yang tinggi terkait efektivitas pesan yang disampaikan. Faktor-faktor seperti gaya komunikasi, kejelasan pesan, serta kemampuan dalam membentuk citra politik menjadi elemen penting dalam membangun persepsi positif mahasiswa. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa dinamika politik dan polarisasi di media sosial turut memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap komunikasi politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan. Temuan ini memberikan wawasan penting mengenai peran media sosial dalam membentuk opini publik di era digital.

Keywords: Persepsi; Komunikasi Politik; Media Sosial; Twitter.

Abstract

This study aims to analyze the influence of Anies Baswedan's political communication on social media Twitter on the perception of students of the Communication Studies Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Medan Area. Using a quantitative approach, this study collected data through a survey with a questionnaire instrument distributed to 89 active students who used Twitter and were exposed to Anies Baswedan's political messages. The data were analyzed by simple linear regression techniques and determination coefficient tests to test the relationship between political communication and student perception. The results of the study show that Anies Baswedan's political communication on Twitter has a significant influence on student perception, although there are high doubts regarding the effectiveness of the message conveyed. Factors such as communication style, clarity of message, and ability to form a political image are important elements in building a positive perception of students. This study also revealed that political dynamics and polarization on social media affect students' perception of political communication carried out by Anies Baswedan. These findings provide important insights into the role of social media in shaping public opinion in the digital era.

Keywords: Perceptions; Political Communication; Social Media; Twitter.

How to Cite: Andri, H., & Sahputra, D. (2025). Persepsi Mahasiswa terhadap Komunikasi Politik Anies Baswedan di Twitter (Studi pada Mahasiswa FISIPOL UMA). *Journal of Education, Humanities and Social Sciences (JEHSS)*. 7 (4): 1288-1294.



PENDAHULUAN

Komunikasi politik merupakan salah satu elemen penting dalam dunia politik, karena memiliki peran strategis dalam membangun citra aktor politik di mata masyarakat. Komunikasi politik dapat memengaruhi opini publik, memobilisasi dukungan, serta membentuk persepsi terhadap figur politik tertentu (Rambe et al., 2023; Sembiring, 2014). Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, media sosial kini menjadi salah satu saluran utama bagi para aktor politik untuk menyampaikan pesan dan berinteraksi dengan publik secara langsung. Di era digital ini, media sosial memiliki kekuatan besar dalam mempercepat distribusi informasi, mengurangi jarak antara politikus dan masyarakat, serta memberikan ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi politik (Ifansyah et al., 2024; Perangin-angin et al., 2021; Profetik, 2022).

Salah satu platform media sosial yang sangat berpengaruh dalam konteks komunikasi politik adalah Twitter. Twitter menjadi saluran yang memungkinkan aktor politik untuk menyampaikan pesan secara real-time kepada publik (Fahruji & Fahrudin, 2023; Munzir, 2019; Try et al., 2023). Media sosial ini menawarkan kecepatan dalam menyebarkan informasi, dan di sisi lain, memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, di mana masyarakat dapat memberikan tanggapan, komentar, atau kritik terhadap pesan yang disampaikan. Keunggulan Twitter dalam hal keterbukaan dan interaktivitas ini menjadikannya platform yang ideal bagi politisi yang ingin mengelola komunikasi politik mereka dengan cara yang lebih langsung dan tidak terikat oleh batasan ruang dan waktu (Juditha, 2019; Kurniawati, 2023; Salabi, 2022).

Fenomena penggunaan media sosial dalam kampanye politik menjadi semakin penting, terutama menjelang Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) 2024 di Indonesia. Salah satu aktor politik yang aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Twitter, adalah Anies Baswedan, yang saat ini menjadi salah satu calon presiden yang digadang-gadang akan bertarung pada Pilpres mendatang (Fauziyah et al., 2024; Rosdiana & Annis Azhar Suryaningtyas, 2024). Sejak awal keterlibatannya di media sosial pada tahun 2014, Anies Baswedan telah menggunakan Twitter untuk membagikan pandangan politiknya, memperkenalkan program-program politiknya, dan berinteraksi dengan masyarakat. Keaktifan Anies Baswedan di Twitter memberikan gambaran bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi politik yang efektif, namun juga menimbulkan sejumlah tantangan, baik dalam hal membentuk citra politik yang positif maupun dalam menghadapi kritik publik (Azmi et al., 2022; Hidayah & Kartikasari, 2021).

Komunikasi politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan di Twitter menarik untuk diteliti, karena Twitter menjadi saluran utama bagi calon presiden untuk menyampaikan pesan politik mereka kepada audiens yang luas. Tidak hanya sekadar menyampaikan pesan, Twitter juga memungkinkan aktor politik seperti Anies Baswedan untuk berinteraksi secara langsung dengan publik dan mendengarkan suara rakyat (Alim & Rahmawati, 2021; Azka & Syahputra, 2023). Media sosial memberi ruang bagi para politisi untuk menjawab kritik, merespons isu terkini, dan bahkan melakukan kampanye secara interaktif. Fenomena ini menjadi lebih relevan dengan adanya polarisasi politik yang semakin tajam di kalangan masyarakat, yang membuat media sosial menjadi medan perang opini di mana setiap aktor politik mencoba untuk memenangkan hati publik (A'la, 2022; Ahmad et al., 2024; Jesica et al., 2020).

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana pesan-pesan yang disampaikan Anies Baswedan melalui Twitter mempengaruhi persepsi publik terhadap dirinya sebagai calon presiden. Peran media sosial dalam membentuk persepsi masyarakat sangat besar, terutama dalam konteks pemilihan presiden. Dalam hal ini, pesan-pesan politik yang disampaikan oleh Anies Baswedan melalui Twitter dapat memberikan gambaran mengenai kepribadiannya, pandangan politiknya, serta visinya sebagai calon pemimpin negara. Oleh karena itu, sangat penting untuk menganalisis bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh Anies Baswedan di Twitter berperan dalam membangun citra politiknya di mata masyarakat, serta sejauh mana media sosial berperan dalam memengaruhi opini publik terhadapnya.

Penggunaan Twitter oleh Anies Baswedan juga menarik untuk diteliti dalam konteks teori komunikasi politik dan teori media baru. Komunikasi politik di media sosial memiliki karakteristik



yang berbeda dengan komunikasi politik konvensional, seperti iklan di televisi atau kampanye melalui media cetak. Media sosial memberikan ruang yang lebih besar bagi aktor politik untuk melakukan interaksi langsung dengan audiens, serta memberikan kontrol lebih besar kepada masyarakat dalam menentukan jenis informasi yang mereka konsumsi. Dalam konteks ini, Anies Baswedan menggunakan Twitter sebagai saluran untuk menyampaikan visi, misi, serta program politiknya dengan cara yang lebih personal dan interaktif.

Di sisi lain, komunikasi politik di media sosial juga menghadirkan tantangan baru. Salah satunya adalah fenomena "buzzer" politik yang sering digunakan untuk mempengaruhi opini publik. Buzzer politik adalah individu atau kelompok yang dibayar untuk menyebarkan pesan politik tertentu di media sosial, baik untuk mendukung calon tertentu atau menyerang calon lainnya. Anies Baswedan, meskipun sering menjadi sasaran kritik di media sosial, tidak menggunakan buzzer untuk mendukung kampanyenya. Sebaliknya, ia mengedepankan prinsip keterbukaan dan transparansi dengan memberikan ruang bagi publik untuk memberikan kritik atau masukan. Fenomena ini menarik untuk diteliti, mengingat bahwa Anies Baswedan sering berinteraksi langsung dengan publik melalui media sosial, yang memberikan kesan bahwa ia berkomunikasi secara lebih autentik dan dekat dengan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana gaya komunikasi politik Anies Baswedan di Twitter mempengaruhi persepsi publik. Penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana Anies Baswedan mengelola citra politiknya di media sosial dan bagaimana media sosial berperan dalam membentuk opini publik terhadap dirinya. Dalam konteks ini, sangat penting untuk menilai bagaimana komunikasi politik yang dilakukan melalui media sosial dapat memengaruhi proses pemilihan dan bagaimana hal tersebut berdampak pada demokrasi secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji pengaruh komunikasi politik Anies Baswedan di Twitter terhadap persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan analisis data numerik yang diukur menggunakan instrumen pengumpulan data berbentuk angka. Teknik regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hubungan antara komunikasi politik dan persepsi mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah 436 mahasiswa, dengan sampel yang dihitung menggunakan rumus Slovin dan terdiri dari 89 mahasiswa yang memenuhi kriteria sebagai pengguna aktif Twitter dan yang terpapar pesan politik Anies Baswedan.

Penelitian ini mengukur dua variabel utama: persepsi mahasiswa terhadap komunikasi politik Anies Baswedan dan komunikasi politik Anies Baswedan itu sendiri. Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner berbasis skala Likert, yang mencakup empat tingkat jawaban: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Uji validitas dilakukan dengan korelasi product moment, dan uji reliabilitas menggunakan koefisien Alpha Cronbach. Setelah pengumpulan data, uji regresi linier sederhana dan uji F dilakukan untuk menguji pengaruh komunikasi politik terhadap persepsi mahasiswa.

Hasil analisis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) akan memberikan gambaran tentang sejauh mana komunikasi politik mempengaruhi persepsi mahasiswa. Jika nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel dan koefisien determinasi tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik Anies Baswedan berpengaruh signifikan terhadap persepsi mahasiswa. Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan mengenai dinamika komunikasi politik di media sosial, khususnya Twitter, serta peran media sosial dalam membentuk opini publik terkait calon presiden di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Mahasiswa tentang Penggunaan Media Sosial Twitter sebagai Komunikasi Politik Anies Baswedan

Berdasarkan hasil yang diperoleh terdapat variasi pendapat dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area mengenai kemampuan Anies Baswedan dalam menarik perhatian pengguna media sosial Twitter. Sekitar 13% mahasiswa sangat setuju bahwa Anies Baswedan memiliki daya tarik yang kuat di Twitter, sementara 34% responden setuju, 51% ragu-ragu, dan 2% tidak setuju. Hal ini menunjukkan adanya polarisasi di kalangan mahasiswa dalam melihat peran Anies di media sosial, dengan sebagian besar merasa ragu terhadap efektivitas daya tarik Anies di Twitter. Meskipun demikian, sebagian besar responden masih menganggap bahwa Anies memiliki pengaruh yang cukup signifikan di platform tersebut.

Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa 8% mahasiswa sangat setuju jika Anies Baswedan dianggap sebagai komunikator politik terbaik saat ini di media sosial Twitter. Sebanyak 40% responden setuju, 49% ragu-ragu, dan 3% tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas mahasiswa menghargai gaya komunikasi politik Anies, masih ada keraguan mengenai statusnya sebagai yang terbaik di Twitter. Sebagian besar responden menunjukkan ketidakpastian terkait sejauh mana efektivitas Anies dalam berkomunikasi di media sosial. Ini bisa jadi disebabkan oleh persepsi yang bervariasi mengenai kualitas komunikasi politik yang ia sampaikan, yang mencakup faktor kejelasan, kesederhanaan pesan, serta dampaknya terhadap audiens. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi politik yang menyatakan bahwa efektivitas pesan politik sangat bergantung pada bagaimana pesan tersebut dipahami dan diterima oleh audiens.

Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 13% mahasiswa sangat setuju bahwa Anies Baswedan memiliki pengetahuan intelektual yang handal, sehingga banyak diminati kalangan muda. Sebanyak 34% responden setuju, 51% merasa ragu-ragu, dan 2% tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar mahasiswa mengakui pengetahuan Anies Baswedan, mereka tetap meragukan dampaknya terhadap popularitasnya di kalangan mahasiswa atau generasi muda secara keseluruhan. Sebagian besar mahasiswa merasa bahwa meskipun Anies memiliki kualitas intelektual yang baik, faktor lain seperti cara penyampaian pesan atau kehadiran di media sosial juga sangat menentukan sejauh mana pesan politiknya diterima oleh audiens. Pandangan ini mencerminkan pentingnya keselarasan antara pengetahuan yang dimiliki seorang politisi dengan cara ia menyampaikan pesan tersebut.

Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 9% mahasiswa sangat setuju dengan pernyataan bahwa Anies Baswedan banyak digemari oleh semua kalangan, khususnya kalangan muda, dalam memberikan komentar terkait informasi yang disajikan. 31% responden setuju, 45% merasa ragu, dan 15% tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian mahasiswa mengakui bahwa Anies memiliki daya tarik, ada juga ketidaksetujuan dan keraguan yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa mengenai sejauh mana Anies dapat mempengaruhi persepsi kalangan muda, terutama di media sosial. Polarisasi dalam pendapat ini mencerminkan tantangan dalam mengukur sejauh mana komunikasi politik di media sosial dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk kalangan mahasiswa.

Sekitar 7% mahasiswa sangat setuju bahwa pengguna media sosial Twitter memberikan apresiasi yang tinggi terhadap penyampaian informasi oleh Anies Baswedan. Sebanyak 22% responden setuju, 60% merasa ragu-ragu, dan 11% tidak setuju. Hal ini mengindikasikan adanya ketidakpastian yang tinggi di kalangan mahasiswa terkait dengan efektivitas penyampaian pesan oleh Anies Baswedan. Keraguan yang tinggi ini mungkin disebabkan oleh adanya kecenderungan opini negatif yang berkembang di media sosial, yang kerap mempengaruhi persepsi masyarakat secara keseluruhan. Meskipun ada apresiasi terhadap kualitas pesan yang disampaikan, faktor-faktor eksternal seperti serangan politik atau opini publik yang negatif dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap Anies.

Tanggapan Responden tentang Komunikasi Politik Anies Baswedan di Media Sosial Twitter

Berdasarkan data yang didapatkan, sekitar 12% mahasiswa sangat setuju dengan pernyataan bahwa Anies Baswedan memiliki tata bahasa yang baik dalam menyampaikan



informasi di Twitter. Sebanyak 42% responden setuju, 44% ragu-ragu, dan 2% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menghargai kemampuan komunikasi verbal Anies, tetapi masih ada keraguan terkait efektivitasnya dalam menjangkau audiens yang lebih luas di Twitter. Perbedaan pendapat ini mencerminkan keraguan sebagian mahasiswa mengenai gaya komunikasi Anies, yang mempengaruhi penerimaan pesan politik yang disampaikan. Hal ini juga sesuai dengan teori komunikasi politik yang menekankan bahwa pemilihan bahasa yang tepat adalah kunci dalam menjalin komunikasi yang efektif dengan audiens.

Data menunjukkan bahwa 12% mahasiswa sangat setuju jika isi pesan komunikasi politik Anies Baswedan dianggap jelas dan singkat, dengan 42% setuju dan 44% ragu-ragu. Persentase yang tinggi dari mahasiswa yang ragu-ragu mengindikasikan adanya ketidakpastian mengenai kualitas pesan yang disampaikan oleh Anies Baswedan. Meskipun sebagian besar setuju bahwa pesan yang disampaikan jelas, keraguan yang tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki harapan yang lebih besar terkait kedalaman dan substansi pesan politik yang disampaikan oleh tokoh politik di media sosial. Hal ini menunjukkan pentingnya keseimbangan antara kejelasan dan kedalaman informasi dalam komunikasi politik di media sosial.

Hasil data yang didapatkan menunjukkan bahwa 7% mahasiswa sangat setuju jika Anies Baswedan mampu melakukan komunikasi politik yang efektif di berbagai media komunikasi, baik media sosial maupun media elektronik. Sebanyak 28% responden setuju, 50% merasa ragu-ragu, dan 15% tidak setuju. Hal ini mencerminkan ketidakpastian mahasiswa mengenai seberapa efektif Anies dalam menggunakan berbagai platform komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Keraguan ini mungkin disebabkan oleh pengalaman pribadi mahasiswa atau persepsi mereka terhadap media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih informal dibandingkan dengan media elektronik yang lebih terstruktur.

Koefisien Korelasi dan Uji Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi, diperoleh nilai sebesar 88,9, yang menunjukkan hubungan yang sangat tinggi antara persepsi mahasiswa terhadap komunikasi politik Anies Baswedan di Twitter. Dengan nilai korelasi yang tinggi (0,71-0,90), dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik Anies Baswedan di media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mahasiswa. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi politik yang menyatakan bahwa komunikasi politik yang efektif dapat membentuk persepsi publik tentang seorang politisi, tergantung pada bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima oleh audiens.

Selain itu, analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai 0,646, yang berarti bahwa 64,5% dari variabilitas persepsi mahasiswa dapat dijelaskan oleh komunikasi politik Anies Baswedan di Twitter. Ini menunjukkan bahwa faktor komunikasi politik Anies memiliki dampak yang besar dalam membentuk persepsi mahasiswa, meskipun ada faktor lain yang turut mempengaruhi persepsi tersebut. Sisanya, 35,4%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti faktor pribadi mahasiswa, latar belakang sosial politik, atau pengaruh media lainnya.

Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi politik Anies Baswedan di Twitter memiliki pengaruh besar terhadap persepsi mahasiswa, meskipun terdapat ketidakpastian dan keraguan yang tinggi di kalangan mahasiswa terkait efektivitas komunikasi politik yang disampaikan. Faktor-faktor seperti gaya komunikasi, penggunaan bahasa yang efektif, dan kemampuan untuk mengelola citra politik menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi positif mahasiswa. Namun, persepsi ini juga dipengaruhi oleh dinamika politik yang lebih luas, seperti serangan dari lawan politik dan berbagai isu yang beredar di media sosial. Sebagai implikasi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun citra politik, komunikasi politik di media sosial juga harus siap menghadapi tantangan berupa kritik dan polarisasi dari berbagai pihak.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik Anies Baswedan di media sosial Twitter memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Mayoritas mahasiswa mengakui kemampuan Anies dalam menarik perhatian dan mempengaruhi opini publik melalui platform ini. Namun, terdapat keraguan yang cukup tinggi di kalangan responden mengenai efektivitas dan kualitas pesan politik yang disampaikan, terutama dalam hal kejelasan, kesederhanaan pesan, serta daya tarik pesan politik di kalangan mahasiswa. Meskipun demikian, komunikasi politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan di Twitter tetap dianggap penting, dengan interaksi langsung dengan audiens yang memberi ruang bagi masyarakat untuk memberikan kritik dan masukan.

Selain itu, meskipun sebagian besar mahasiswa setuju bahwa Anies memiliki gaya komunikasi yang baik dan mampu membentuk citra politiknya secara positif di media sosial, keraguan yang tinggi menunjukkan adanya pengaruh dari faktor-faktor eksternal, seperti serangan politik dari lawan politik atau opini negatif di media sosial. Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa komunikasi politik di media sosial harus menghadapi tantangan berupa kritik dan polarisasi yang kerap muncul. Dengan demikian, meskipun media sosial, khususnya Twitter, memberikan kesempatan untuk membangun citra politik, aktor politik seperti Anies Baswedan perlu mengelola pesan mereka secara hati-hati dan mengantisipasi reaksi dari berbagai pihak yang mungkin tidak sejalan dengan pesan yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, M. M. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Rasionalitas Politik Generasi Milenial pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Surakarta 2020. *Jurnal PolGov*, 4(1).
- Ahmad, N., Pohan, K., Alfira, S., Aufia, K., Paripurna, C., & Aji, M. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Diri Menuju PILGUB DKI Jakarta 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(2), 17.
- Alim, A. S., & Rahmawati, D. E. (2021). Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter. In *Jurnal Academia Praja* (Vol. 4, Issue 2, pp. 441–453). <https://doi.org/10.36859/jap.v4i2.334>
- Azka, I., & Syahputra, I. (2023). "Komunikasi Politik Capres Anies Baswedan Menuju Pemilu 2024 Melalui Media Sosial Instagram." In *J-Ika* (Vol. 10, Issue 1, pp. 37–45). <https://doi.org/10.31294/kom.v10i1.15231>
- Azmi, F. A., Amiel, B. Y., Balqis, A., Nabila, I. M., & Arindah, F. (2022). Komunikasi Politik Anies Baswedan Dalam Membentuk Opini Publik Melalui Media Sosial Menjelang Pemilihan Presiden 2024. In *PARAPOLITIKA: Journal of Politics and Democracy Studies* (Vol. 3, Issue 2, pp. 121–141). <https://doi.org/10.33822/jpds.v3i2.6189>
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalas)*, 6(2), 118–132. <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.6675>
- Fauziyah, A. R. Y., Sabastian, M. R., Haedar, A. F. Y., Maharani, I. F. A. P., Dawanas, A. R., Kurniawati, N. D., Nagiri, M. I. B., & Az-Zahra, H. (2024). Pengaruh Kampanye Politik di Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilu. *Jurnal Majemuk*, 3(4), 603–620.
- Hidayah, N., & Kartikasari, R. D. (2021). Pola Komunikasi Politik Anies Baswedan dalam Perspektif Sosiolinguistik di Media Sosial Instagram. In *Matapena: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra dan Pengajarannya* (Vol. 4, Issue 1, pp. 1–8).
- Ifansyah, N., Febrian, M., ... M. R.-S., & 2024, undefined. (2024). Peran Konten Kreator dalam Menyebarkan Semangat Nasionalisme Melalui Media Sosial. *E-Journal.Ejournal.Metrouniv.Ac.Id*. <https://www.e-journal.ejournal.metrouniv.ac.id/social-pedagogy/article/view/9672>
- Jesica, C. N., Sumadinata, R. W. S., & Paskarina, C. (2020). *Effects of Mass Media and Digital Media Internet on Young Voter Participation*. 8(1), 57–67.
- Juditha, C. (2019). Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika*, 3, 199–212.
- Kurniawati, D. (2023). Analisis Framing ANALISIS FRAMING CURI START KAMPANYE ANIES BASWEDAN SEBAGAI CALON PRESIDEN 2024 DI MEDIA DETIK. COM. *JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*, 5(1), 1147–1181.



- Munzir, A. A. (2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 7(2), 173. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.2691>
- Perangin-angin, L., Aspikom, M. Z.-J., & 2018, undefined. (2021). Partisipasi politik pemilih pemula dalam bingkai jejaring sosial di media sosial. *Jurnalaspikom.Org*. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/210>
- Profetik, E. S. (2022). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Kandidat Pada Pemilihan Kepala Daerah di Kota Makassar Tahun 2020. *Journal3.Uin-Alauddin.Ac.Id*. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/jpp/article/view/28954>
- Rambe, A. P., Zulkarnain, I., & Ridho, H. (2023). *Strategi Komisi Pemilihan Umum Labuhan Batu dalam Daerah Labuhan Batu 2020 Melalui Media Sosial The Strategy of the Labuhan Batu General Election Commission in Increasing Voter Participation in the 2020 Labuhan Batu Regional Head Election Through Social M*. 12(2), 698–711.
- Rosdiana, A. C., & Annis Azhar Suryaningtyas. (2024). Politik Identitas dalam Kampanye Politik Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024. *Jurnal Audiens*, 5(1), 77–90. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.336>
- Salabi, A. (2022). *Tantangan Kampanye di Media Sosial*. Rumahpemilu.Org.
- Sembiring, W. M. (2014). Persepsi Konstituen Terhadap Anggota DPRD dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 2(2), 119–132.
- Try, A., Rizky, J., Harris, E. A., & Soekarno, Z. P. (2023). Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto Di Media Sosial Menjelang Kontestasi Pemilihan Presiden 2024. *Proceeding.Unesa.Ac.Id*, 673–680. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/845/322>

