

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Gregorius. (2022). *Instagram Untuk Bisnis, Hobi, & Desain Grafis “Mengoptimalkan Instagram Untuk Kebutuhan Bisnis, Hobi, & Desain Grafis”*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Agustinova, D, E. (2015). *Teori & Praktik Memahami Metode Penelitian Kaulitatif*. Yogyakarta: Calpulis.
- Alam, Sukma. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Jurnal Avand Garde*, 9(1), 68-79. <http://dx.doi.org/10.36080/ag.v9i1.1257>
- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Jurnal Potret Pemikiran*, 22(2), 57-69. <http://dx.doi.org/10.30984/pp.v22i1.762>
- Alkomari., Nautiko, T. (2020). Studi Komunikasi Politik Konten Olahraga Pada Instagram Wali Kota Semarang @hendrarpriyadi Jelang Pilkada 2020. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 4(1), 54-72. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2187/1321>
- Arifin Anwar. (2011). *Komunifikasi Politik “Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia”*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Atmoko, B, D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: PT Trans Media.
- Indrawan, Jerry., Efriza & Ilmar, Anwar. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Medium*, 8(1), 1-17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Jatengprov.go.id. (2017). *Visi Dan Misi Gubernur Jawa Tengah*. <https://jatengprov.go.id/visi-dan-misi/>, diakses pada tanggal 20 Juni 2022 Pukul 12.00 WIB.
- Uawatun, P.R. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Politik. <https://www.kompasiana.com/putrirosendauswatunk6637/5ff2ae28d541df0641420162/media-sosial-sebagai-sarana-komunikasi-politik>, diakses tanggal 9 Oktober 2022 Pukul 13.22 WIB.
- Mahdi, M, I. (2022). Penggunaan Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022. [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022) diunduh dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>, diakses pada tanggal 25 Juni 2022 pukul 09:47 WIB

- Pramelani & Widyastusi, Tri. (2021). Persepsi Milenial Terhadap Gaya Kepemimpinan Calon Presiden Tahun 2024. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 20(2), 106-108. <https://doi.org/10.35967/njip.v20i2.196>
- Rismawati, Suryanef. (2021). Pesan Politik Calon Presiden dan Wakil Presiden di Media Sosial Instagram Pada Pemilihan Umum Tahun 2019. *Journal Of Civic Education*, 4(2), 173-181. <https://doi.org/10.24036/jce.v4i2.534>
- Shahreza, M., Korry E. (2016). *Etika Komunikasi Politik*. Banten: Indigo Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tosepu Y., A. (2017). *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik Di Dunia Virtual)*. diunduh dari https://www.academia.edu/37576394/Komunikasi_Politik_di_Dunia_Virtual?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitations&from=cover_page
- Undari, W., Lubis, A. S. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*. 6(1), 32-38. <https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JP2SH/article/download/702/522>
- Wibisono, I., Nusantara A, B. (2022). Pola Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Melalui Akun Youtube @GanjarPranowo Dalam Menyikapi Isiu Wadas. *Jurnal Intelektiva*, 3(10), 70-87. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/767>
- Wibowo, A. Prakoso. (2018). Selektifitas Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Figur. *Jurnal Ettisal*, 3(2), 154-161. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal>