

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M., & Mona, N. (2024). Strategi Komunikasi Politik melalui Media Sosial oleh Calon Presiden Indonesia 2024. *Jurnal Ilmu Politik*, 15(1), 1-20. doi: <https://doi.org/10.14710/politika.15.1.2024.1-20>, diakses pada 17 September 2024
- Alfani, H. (2018). Peran Facebook dalam Kampanye Politik Pemilukada di Kabupaten Ogan Kemiring Ulu. *Jurnal Lugas*, 2(1), 42-50. <https://ojs.stiami.ac.id>, diakses pada 15 November 2024
- Andriana, N. (2022). Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial Sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik Untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y dan Z): Studi Kasus PDI-P dan PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51-65. <https://ejournal.politik.lipi.go.id/>, diakses pada 23 Oktober 2024
- Antaranews.com. (2023, November 15). *Survei: PSI Dianggap Wakili Anak Muda, Gerindra Terbaik di Parlemen*. Diakses melalui <https://www.antaranews.com/berita/3825192/survei-psi-dianggap-wakili-anak-muda-gerindra-terbaik-di-parlemen>, pada 29 Desember 2024
- Antaranews.com. (2023, Desember 2). *Kaesang Targetkan PSI Raih Satu Kursi per Dapil di DPR RI*. Diakses melalui <https://www.antaranews.com/berita/3851814/kaesang-targetkan-psi-raih-satu-kursi-per-Dapil-di-dpr-ri>, pada 29 Desember 2024
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita. Diakses melalui https://books.google.co.id/books?id=op7IAwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id&source=gbs_pub_info_r#v=onepage&q&f=false
- Badrudin, S., Halim, P., & Gazaly, H. (2020). *Dasar-Dasar Statistik Sosial: Teori dan Praktik serta Petunjuk Praktis Pengolahan Data Sosial dengan SPSS*. Zahir Publishing. Diakses melalui https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Dasar_Statistik_Sosial_Teor_i_dan_P/jOMWEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Metode+dokumentasi+adalah+metode+pengumpulan+data+yang+dilakukan+dengan+mengumpulka+n+informasi+dari+berbagai+dokumen+dan+sumber-sumber+tertulis+lainnya&pg=PA21&printsec=frontcover
- Chatra, A. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Diakses melalui https://books.google.co.id/books?id=yp7NEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Citra, E. A. S., Fitriyah, & Alfirdaus, L. K. (2023). Strategi Kampanye Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) pada Pemilu Legislatif 2019. *Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 12(3), 353-368. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/39867>, diakses pada 10 Desember 2024
- Davin, A., & Wahyuni, S. (2024). TikTok Sebagai Media Kampanye Partai Politik (Strategi Partai Solidaritas Indonesia dalam Membangun Elektabilitas Pada Pemilu 2024). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 78-90. DOI: <https://doi.org/10.35760/mkm.2024.v8i1.11133>, diakses pada 17 September 2024
- Detik.com. (2018, November 26). *PSI, Agama, dan Politik*. Diakses melalui <https://news.detik.com/kolom/d-4317481/psi-agama-dan-politik>, pada 29 Desember 2024
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana. Diakses melalui https://books.google.co.id/books?id=bLo-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2019). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education.
- Gunanto, D., Andriyani, L., & Sahrul, M. (2020). Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Terpilih DPRD Tangerang Selatan dalam Pemilu Tahun 2019 (Fraksi Partai Solidaritas Indonesia). *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 131-136., diakses pada 17 September 2024
- Gunawan, T. (2024). Adaptasi Logika Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik Gerindra Menjelang Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 44-60. DOI: <https://doi.org/10.31315/jik.v22i1.7914>, diakses pada 24 Oktober 2024
- Hadi, K. (2010). Pesan Politik Dan Representasi Kepentingan Rakyat Di Aras Lokal (Studi Kasus di Kota Palangka Raya). *Jurnal Kajian Politik Lokal & Sosial-Humaniora*, 10(2), 1-14. <https://renai-journal.percik.or.id/index.php/renai/article/view/9/8>, diakses pada 4 November 2024
- Harnilawati, Insiyanda, D. R., Sopingi, I., Indriasari, E., & Suryandari, M. (2024). *Metodologi penelitian*. Cendekia Publisher.
- Hasibuan, Z. E., Siregar, S., Lubis, A. S., Daulay, D., & Syarif, I. (2024). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. AE Publishing.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2),

- 145-161. doi: <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2385>, diakses pada 13 November 2024
- Iskandar, A. (2023). *Dasar Metode Penelitian*. Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia. Diakses melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Dasar Metode Penelitian/dMnfEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Dasar+Metode+Penelitian+A+Iskandar&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Metode_Penelitian/dMnfEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Dasar+Metode+Penelitian+A+Iskandar&printsec=frontcover)
- Iskandar, A., Winata, W., & Haluti, F. (2023). *Peran Teknologi Dalam Dunia Pendidikan*. Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia. Diakses melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Peran Teknologi Dalam Dunia Pendidikan/HX_LEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Peran+Teknologi+Dalam+Dunia+Pendidikan+iskandar&pg=PA2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Peran_Teknologi_Dalam_Dunia_Pendidikan/HX_LEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Peran+Teknologi+Dalam+Dunia+Pendidikan+iskandar&pg=PA2&printsec=frontcover)
- Kadarudin. (2020). *Cerdas Bermedia Sosial dari Kacamata Hukum Dr. Kadarudin* (H. Ibda, Ed.). CV. Pilar Nusantara. Diakses melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Cerdas Bermedia Sosial dari Kacamata Huk/ebIzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Cerdas+Bermedia+Sosial+dari+Kacamata+Hukum+Dr.+Kadarudin&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Cerdas_Bermedia_Sosial_dari_Kacamata_Huk/ebIzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Cerdas+Bermedia+Sosial+dari+Kacamata+Hukum+Dr.+Kadarudin&printsec=frontcover)
- Kaid, L. L. (2004). *Political Communication Research*. Lawrence Erlbaum Associates. Diakses melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Handbook of Political Communication Rese/2q-PAGAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Political+Communication+Research&pg=PA475&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Handbook_of_Political_Communication_Rese/2q-PAGAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Political+Communication+Research&pg=PA475&printsec=frontcover)
- Kede, A., Kwen, K. M., Fatra, E., Sandi, R. E., Suherli, & Wahyuddin. (2024). *Komunikasi Politik; Teori dan Praktik*. Cendekia Publisher. Diakses melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi Politik Teori dan Praktik/jTcVEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Komunikasi+Politik%3B+Teori+dan+Praktik+kede&pg=PA13&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Politik_Teori_dan_Praktik/jTcVEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Komunikasi+Politik%3B+Teori+dan+Praktik+kede&pg=PA13&printsec=frontcover)
- Komisi Pemilihan Umum. (2023). *Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 15 Tahun 2023 Tentang Kampanye Pemilihan Umum*. Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/2023pkpu015.pdf, diakses pada 11 November 2024
- Kuada, C. M., Tamowangkay, V., & Tulung, T. (2023). Peran Media Sosial Sebagai Sarana Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Sam Ratulangi Politics Review*, 1(1), 1-6. <https://ejournal.unsrat.ac.id>, diakses pada 25 Oktober 2024
- Kustiyahningsih, Y., Rahmanita, E., & Anamisa, D. R. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace: Untuk Meningkatkan Produk Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). Diakses

melalui

https://www.google.co.id/books/edition/Pemanfaatan_Media_Sosial_dan_Market_Plac/yNlXEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Pemanfaatan+Media+Sosial+dan+Marketplace:+Untuk+Meningkatkan+Produk+Penjualan+UMKM+di+Masa+Pandemi+Covid-19&printsec=frontcover

McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication* (3rd ed.). Routledge Taylor & Francis Group. Diakses melalui https://www.google.co.id/books/edition/An_Introduction_to_Political_Communicati/NX-sVraRVeYC?hl=id&gbpv=1&dq=An+Introduction+to+Political+Communication,+brian+mcnair&printsec=frontcover

Natalie, G. (2015). *ABC Partai Solidaritas Indonesia*. DPP PSI. <https://jakarta.psi.id/download/getArchive/ABC-PSI.pdf>, diakses pada 30 September 2024

Ndenda, R. N., & Tokan, F. B. (2022). Segmentasi Politik Pemilihan Legislatif: Studi Kasus Strategi Pemenangan Nining Salmawati Basalamah di Kota Kupang. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(1), 391-409. <https://journal.unwira.ac.id/index.php/WG/article/view/1559/480>, diakses pada 24 Oktober 2024

Nofiard, F. (2022). Komunikasi Politik Digital di Indonesia. *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, 10(2), 31-40. <http://dx.doi.org/10.18592/al-hiwar.v10i2.7548>, diakses pada 24 Oktober 2024

Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Prenada Media. Diakses melalui https://www.google.co.id/books/edition/Teori_komunikasi_Interpersonal_Disertai/gCTyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Teori+Komunikasi+Interpersonal+Disertai+Contoh+Fenomena+Praktis&printsec=frontcover

Nurfajriani, W. V., dkk. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826-833. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>, diakses pada 24 Juli 2025

Pandiangnan, A. (2024). Kajian Kampanye Politik Calon DPR RI di Pemilu 2024 Melalui Media Sosial. Semarang. FHK UNIKA Soegijapranata. (Penelitian yang tidak dipublikasikan).

Pertiwi, W. K. (2018, 03 01). *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia#>, diakses pada 24 Oktober 2024

Pramadiva, S. (2024). Komunikasi Politik: Positioning, Segmenting, Branding, Strategi Media, dan Strategi Non Media DPD PSI DKI Jakarta pada Pemilu

2024. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(3), 1003-1012. DOI: <https://doi.org/10.54082/jupin.464>, diakses pada 14 Oktober 2024
- PSI.id. (2023, November 21). *Suara Anak Muda dan Pengaruh Politik Gembira ala PSI*. Diakses melalui <https://psi.id/suara-anak-muda-dan-pengaruh-politik-gembira-ala-psi/>, pada 5 November 2024
- Pureklolon, T.T. (2016). *Komunikasi Politik*. Gramedia Pustaka Utama. Diakses melalui https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Politik/BMdGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Komunikasi+Politik+Thomas+Tokan+Pureklo on&pg=PA270&printsec=frontcover
- Putra, A. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pihak Politik Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 26(1), 43-76. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/download/5773/4661>, diakses pada 6 November 2024
- Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/#google_vignette, diakses pada 28 Oktober 2024
- Rosyada, D. (2020). *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan*. Prenada Media. Diakses melalui https://www.google.co.id/books/edition/Penelitian_Kualitatif_Untuk_Ilmu_Pendidi/kXIREAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Penelitian+Kualitatif+Untu k+Ilmu+Pendidikan+rosyada&printsec=frontcover
- Sasmita, S. (2011). Demokrasi dalam Bingkai Digital. *Jurnal Demokrasi*, 10(2), 159-166. <https://media.neliti.com/media/publications/243384-demokrasi-dalam-bingkai-digital-5df608eb.pdf>, diakses pada 29 Oktober 2024
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Elex Media Komputindo. Diakses melalui https://www.google.co.id/books/edition/Keajaiban_Sosial_Media/Rk5JDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Keajaiban+Sosial+Media+sulianta&printsec=frontcover
- Sumarno. (2020). Analisis Isi dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa dan Sastra. *Jurnal Elsa*, 18(2), 36-55., diakses melalui <https://jurnal.umko.ac.id/index.php/elsa/article/download/299/170>
- Suryadi, K., Sukmayadi, V., & Anggraeni, N. S. (2021). Strategi Komunikasi Politik Digital Partai Politik Baru (Studi Kasus Pada Partai Solidaritas Indonesia). *Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya*, 8(1), 94-105., diakses pada 17 Oktober 2024
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*. Jakad Publishing. Diakses melalui

[https://www.google.co.id/books/edition/MEDIA BARU DALAM KOMUNIKASI POLITIK_Komu/tFnYDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Media+Baru+Dalam+Komunikasi+Politik+\(Komunikasi+Politik+di+Dunia+Virtual\)&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/MEDIA_BARU_DALAM_KOMUNIKASI_POLITIK_Komu/tFnYDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Media+Baru+Dalam+Komunikasi+Politik+(Komunikasi+Politik+di+Dunia+Virtual)&printsec=frontcover)

Turhamun. (2022). Desain Pesan Komunikasi Politik Perspektif Islam di Era 4.0. *Jurnal Penelitian Agama*, 23(2), 281-295. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/jpa/article/view/6658/3077>, diakses pada 2 November 2024

United Nations Development Programme. (2014). *Motivation Of Public Service Officials Insight Of Practitioners*. [https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/GCPSE_PS M_Brief.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/GCPSE_PS_M_Brief.pdf), diakses pada 20 Juni 2025

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1-8. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>, diakses pada 4 November 2024

Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, M. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Action Research: Research and Development (R and D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warrahmah. Diakses melalui [https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF KUANTITATIF/k8j4DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Metodologi+Penelitian+Kuantitatif,+Kualitatif,+Action+Research:+Research+and+Development+\(R+and+D\)&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_KUALITATIF_KUANTITATIF/k8j4DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Metodologi+Penelitian+Kuantitatif,+Kualitatif,+Action+Research:+Research+and+Development+(R+and+D)&printsec=frontcover)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Unggahan Media Sosial

Dapil DKI Jakarta I

https://docs.google.com/document/d/1KClQFZNq0Abc68MyIG3y1dRZMAv-VY9NL8pQR_1vhOs/edit?usp=drive_link

Dapil DKI Jakarta II

https://docs.google.com/document/d/1NA7zT5T0xSIWmS743BY5traeW-abLfV-pQOL4RvKYNs/edit?usp=drive_link

Dapil DKI Jakarta III

https://docs.google.com/document/d/1K9wVkaikivjkYLKz9L1-WRbJ0nTIutoclkSivzYGzI/edit?usp=drive_link



Lampiran 2 Daftar Pertanyaan

Pengantar

Bro/Sis, sebelum saya melakukan penelitian ini, saya telah melakukan studi dokumentasi terhadap seluruh unggahan Instagram dan Facebook Bro/Sis selama masa kampanye Pileg 2024 (28 November 2023-10 Februari 2024). Untuk itu, pertanyaan yang saya ajukan terkait erat dengan unggahan Instagram dan Facebook yang masing-masing Bro/Sis sebagai caleg di Pileg 2024 dari 3 Dapil di DKI (DKI Jakarta I, II dan III).

A. Gambaran umum PSI

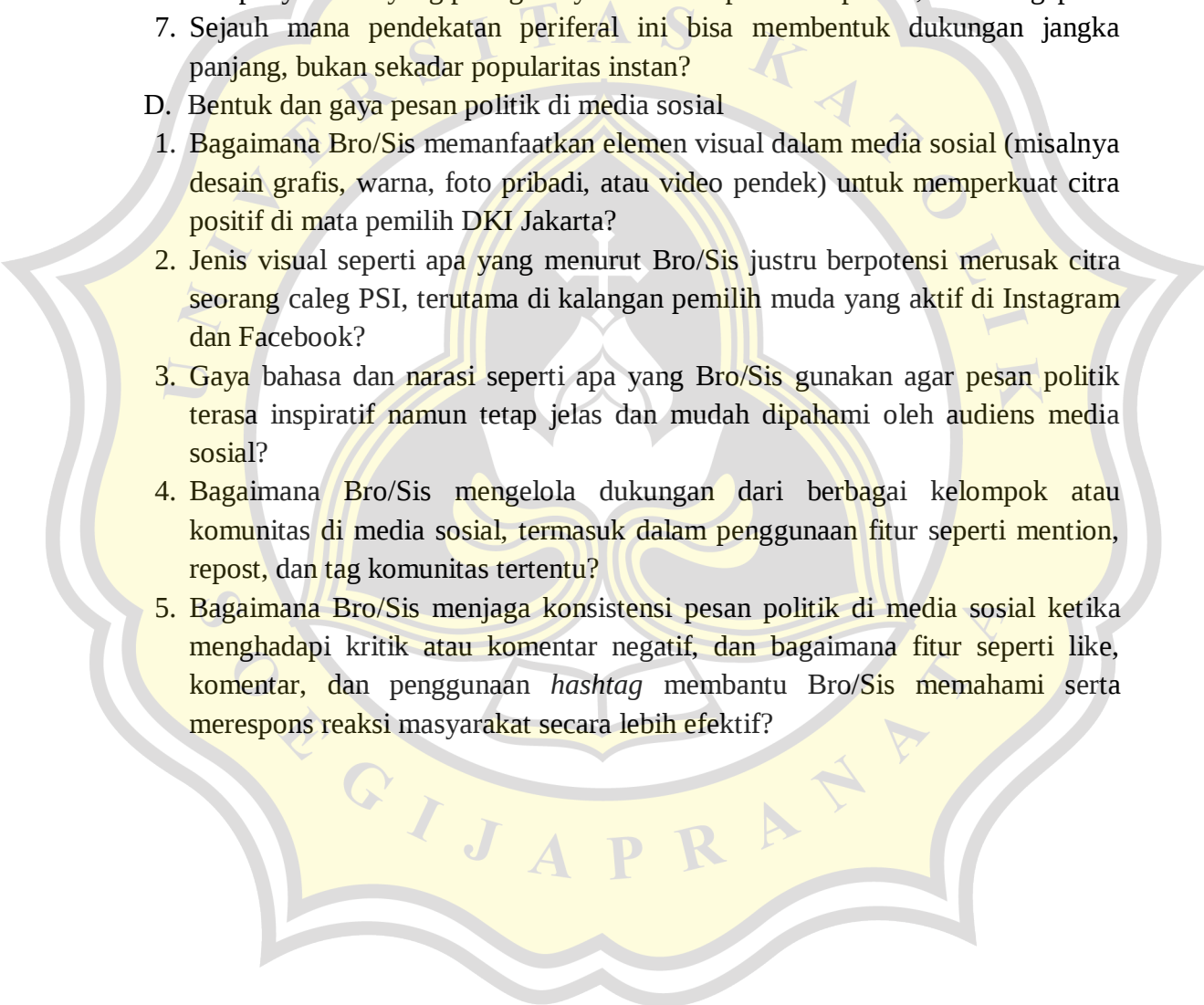
1. Apa slogan PSI di Pemilu 2024?
2. Apa slogan tersebut mencerminkan visi misi PSI? Bentuk pencerminannya bagaimana?
3. Bagaimana slogan tersebut dapat merebut suara para pemilih?
4. Bagaimana slogan tersebut dapat merebut suara kalangan muda?
5. Bagaimana PSI mempersiapkan materi kampanye untuk Pemilu Legislatif 2024?
6. Bagaimana PSI mempersiapkan calegnya untuk mengikuti kontestasi Pemilu Legislatif 2024?
7. Apa tantangan utama yang Bro/Sis hadapi dalam kampanye PSI di Pemilu Legislatif 2024? Lalu bagaimana strategi Bro/Sis, sebagai caleg untuk mengatasinya?

B. Pesan Politik

1. Apa pesan politik yang Bro/Sis sampaikan sebagai caleg PSI untuk masyarakat DKI Jakarta?
2. Apa pesan politik yang utama Bro/Sis sampaikan sebagai caleg PSI untuk masyarakat DKI Jakarta?
3. Apakah Bro/Sis memiliki Tim pengelola akun Instagram dan Facebook selama masa kampanye?
4. Bagaimana langkah kerja Tim pengelola akun Instagram dan Facebook tersebut?
5. Apa yang membedakan pesan politik Bro/Sis dari caleg PSI lainnya di Dapil yang sama, sehingga terlihat unik dan dapat menarik suara kalangan muda?
6. Apa yang membedakan pesan politik Bro/Sis dari caleg partai lain, sehingga terlihat unik dan dapat menarik suara kalangan muda?
7. Apa strategi komunikasi Bro/Sis untuk mendorong partisipasi pemilih dari kalangan muda dalam Pemilu 2024?

C. Pendekatan sentral dan perifer dalam pesan politik Caleg PSI

1. Dalam kampanye Bro/Sis di Instagram dan Facebook masing-masing, mengapa pendekatan visual dan emosional lebih dipilih daripada fokus penuh pada data dan program?
2. Bagaimana Bro/Sis menyisipkan pesan politik di balik konten visual dan narasi yang ringan?

- 
3. Bagaimana Bro/Sis menyeimbangkan antara penyampaian program kerja, visi misi, dan gagasan kebijakan dengan daya tarik emosional di media sosial?
 4. Menurut Bro/Sis, lebih efektif mana: penggunaan citra pribadi dan endorsement, atau penjelasan program secara rasional?
 5. Kampanye PSI dapat disebut "periferal-heavy" (lebih menunjukkan kedekatan emosional pada masyarakat daripada menjabarkan data, program kerja, visi misi secara blak-blakan). Bagaimana penilaian Bro/Sis menanggapi hal tersebut?
 6. Dalam unggahan kampanye Bro/Sis di instagram masing-masing konten kampanye mana yang paling banyak menarik perhatian publik, dan mengapa?
 7. Sejauh mana pendekatan periferal ini bisa membentuk dukungan jangka panjang, bukan sekadar popularitas instan?
- D. Bentuk dan gaya pesan politik di media sosial
1. Bagaimana Bro/Sis memanfaatkan elemen visual dalam media sosial (misalnya desain grafis, warna, foto pribadi, atau video pendek) untuk memperkuat citra positif di mata pemilih DKI Jakarta?
 2. Jenis visual seperti apa yang menurut Bro/Sis justru berpotensi merusak citra seorang caleg PSI, terutama di kalangan pemilih muda yang aktif di Instagram dan Facebook?
 3. Gaya bahasa dan narasi seperti apa yang Bro/Sis gunakan agar pesan politik terasa inspiratif namun tetap jelas dan mudah dipahami oleh audiens media sosial?
 4. Bagaimana Bro/Sis mengelola dukungan dari berbagai kelompok atau komunitas di media sosial, termasuk dalam penggunaan fitur seperti mention, repost, dan tag komunitas tertentu?
 5. Bagaimana Bro/Sis menjaga konsistensi pesan politik di media sosial ketika menghadapi kritik atau komentar negatif, dan bagaimana fitur seperti like, komentar, dan penggunaan *hashtag* membantu Bro/Sis memahami serta merespons reaksi masyarakat secara lebih efektif?