

**STRATEGI KOMUNIKASI KPU KOTA MALANG MELALUI MEDIA  
SOSIAL DALAM PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**MARDI DULA JANGGA WALI  
(2019230165)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI  
MALANG  
2024**

## **RINGKASAN**

Sebagai salah satu komponen kunci dalam upayanya untuk meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan presiden 2024, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Malang mengadopsi rencana penjangkauan media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih dalam tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh KPU Kota Malang dan bagaimana hal itu memengaruhi kesadaran dan keterlibatan publik. Dengan menggunakan pendekatan studi kualitatif, data dari studi dokumentasi, wawancara, dan observasi dikumpulkan di KPU Kota Malang. Menurut temuan penelitian, KPU menginformasikan kepada publik tentang tahapan pemilihan dengan menggunakan berbagai saluran media sosial, termasuk Facebook, YouTube, dan Twitter. Meskipun keterlibatan telah meningkat, KPU masih mengalami kesulitan berkomunikasi dengan publik secara langsung di media sosial. Kesimpulannya, rencana komunikasi media sosial KPU Kota Malang dapat meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan presiden 2024; tetapi, untuk membangun proses pemilihan yang lebih terbuka dan demokratis, hambatan komunikasi harus dihilangkan. Hal ini menunjukkan pentingnya kerja sama antara KPU, masyarakat umum, dan pihak terkait dalam meningkatkan kesadaran pemilih terhadap tahapan pemilu. Sesuai dengan tujuannya untuk mewujudkan pemilu yang adil dan partisipatif, KPU dapat mengatasi tantangan tersebut guna meningkatkan komunikasi, menjamin partisipasi aktif, dan mewujudkan proses pemilu yang inklusif dan demokratis.

**Kata Kunci:** KPU, Strategi Komunikasi, Media Sosial, Partisipasi Masyarakat.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.3 1.1 Latar Belakang**

Media informasi dunia berkembang dengan sangat pesat, yang berdampak pada peradaban modern. Dahulu, surat kabar merupakan sumber informasi utama bagi masyarakat. Namun, saat ini, banyak orang memilih untuk memanfaatkan internet untuk mencari berita. Beberapa bahkan menjadi sumber informasi langsung bagi orang lain. Salah satu dampak nyata dari pesatnya perkembangan teknologi informasi adalah pesatnya perkembangan media secara global saat ini, yang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Media digital merupakan salah satu dari sekian banyak jenis media yang ada. Berita dan informasi tersedia secara daring dan media cetak di era globalisasi saat ini. Ada persepsi yang berkembang bahwa internet merupakan platform interaktif yang menyediakan berita beserta jenis materi lainnya. Karena berita kini dapat diperoleh dengan lebih cepat dan mudah secara daring serta dapat diakses secara langsung ketika orang memiliki waktu luang, mayoritas orang memilih untuk menerima berita melalui situs web saat ini. Purnamasari 2021:128 menyediakan informasi yang kini dapat diakses, meskipun berita di surat kabar mungkin tidak dibaca selama satu hari atau lebih setelah kejadian.

Dunia saat ini akan mengalami peningkatan aksesibilitas internet karena pesatnya perkembangan teknologi informasi, yang memengaruhi cara hidup masyarakat modern dan menambah jumlah pengguna internet yang terus bertambah. Data dari Hootsuite We Are Social: Indonesia Digital Report 2022 menunjukkan bahwa lingkungan media saat ini sedang berubah dengan cepat. Statistik tren pengguna internet dan media sosial di Indonesia pada tahun 2022, statistik jumlah waktu yang dihabiskan orang Indonesia untuk mengakses media digital pada tahun 2022, informasi tentang platform media sosial yang digunakan di Indonesia pada tahun 2022, dan ringkasan pengguna media sosial Instagram di Indonesia pada tahun 2022 semuanya termasuk dalam data yang diberikan. 2047 juta pengguna akan aktif secara global pada tahun 2022, naik 1% dari tahun 2021,

menurut data tentang pola pengguna internet dan media sosial di Indonesia. Pada tahun 2022, akan ada 191,4 juta pengguna, tumbuh 12,6% dari 202,6 juta pada tahun 2021, dan 170 juta pengguna media sosial aktif. Selanjutnya, menggunakan data Ramadan (2022: 255-263) tentang penggunaan media digital oleh pengguna internet Indonesia.

Media daring berpotensi memberi dampak yang signifikan bagi generasi muda karena lebih modern dibandingkan media cetak yang lebih cocok untuk pemirsa yang lebih tua. Cara informasi disebarkan melalui media tradisional juga telah diubah secara signifikan oleh teknologi media sosial modern. Media adalah hasil "komunikasi", dan karena itulah ia ada. Menurut Zuhri (2020:127), komunikasi dan media saling terkait erat dan saling bergantung sehingga keduanya tidak dapat dipisahkan.

Lebih jauh, strategi komunikasi berpotensi untuk menumbuhkan gagasan komunikasi yang baru lahir dan mendorongnya menuju perkembangan yang pesat. Teknologi informasi dan komunikasi berkembang pada saat yang sama sehingga banyak orang dapat berkomunikasi dengan berbagai cara. Strategi komunikasi pada awalnya dibuat sebagai panduan perencanaan (perencanaan komunikasi) dengan manajemen komunikasi (manajemen komunikasi) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Rencana komunikasi harus menunjukkan penerapan praktisnya, yang menyiratkan bahwa pendekatan yang berbeda dapat digunakan pada saat tertentu tergantung pada situasinya (Abdillah 2013:19).

Strategi komunikasi diyakini sebagai komponen penting yang mendukung komunikasi yang efisien dan sukses. Ini merupakan elemen penting yang perlu dipertimbangkan ketika berbicara tentang strategi komunikasi media sosial karena strategi ini menyajikan komunikator, media, audiens, pesan, dan prosedur yang digunakan untuk membuat rencana.

Menurut penelitian terdahulu yang secara konsisten menunjukkan keunggulan strategi komunikasi, komunikasi politik sangat penting untuk mencapai keharmonisan, kedamaian, dan ketenangan dalam kehidupan bernegara. Perencanaan diperlukan dalam proses komunikasi untuk memastikan bahwa pesan tersampaikan dan ditafsirkan dengan benar serta komunikasi dikembangkan sesuai

dengan harapan, karena strategi komunikasi memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan operasi komunikasi.

Pernyataan masalah yang disampaikan oleh pelaksanaan Strategi Komunikasi KPU Kota Malang Komponen utama strategi media sosial untuk pemilihan presiden 2024 adalah perencanaan dan manajemen operasional. Mengingat strategi komunikasi akan digunakan untuk berkomunikasi dengan target atau publik di masa mendatang, maka penting untuk memiliki semua elemen yang diperlukan. Sasaran dapat lebih efektif menjangkau khalayak yang lebih luas, dan sudut pandang akan bermanfaat bagi masyarakat umum.

Strategi komunikasi diperlukan dalam situasi ini karena adanya perkembangan informasi dan komunikasi yang digunakan oleh pelaku politik, penyelenggara, dan dunia politik. Strategi komunikasi yang berhasil sangat penting bagi penyebaran demokrasi serta kemampuan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan masyarakat. Untuk melakukan hal ini, KPU Kota Malang harus terlibat dalam komunikasi politik, atau dialog dengan penduduk setempat.

Alasannya, tingginya partisipasi pemilih merupakan salah satu tanda bahwa pemilu berhasil merebut hati masyarakat. Indonesia menyelenggarakan pemilu sebagai wujud nyata demokrasi dalam penyelenggaraan negara karena konsekuensi politik dan legitimasi pemerintah yang tinggi. Pemilihan Umum (PEMILU) pada umumnya merupakan upaya pemerintah untuk memilih calon kepala negara. Setiap lima tahun sekali, masyarakat sangat menantikan pemilu atau yang dikenal dengan sebutan PEMILU, yang merupakan pesta demokrasi bagi rakyat untuk memilih calon pemimpin secara demokratis. Pemilih kemudian bebas memilih dan mendukung calon presiden yang mereka yakini akan menjadi pemimpin yang baik.

Masyarakat dapat lebih mudah memperoleh informasi tentang pemilu melalui media sosial yang merupakan sarana demokrasi untuk mendorong partisipasi publik. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan dalam pemanfaatan media sosial dalam proses pemilu, KPU memerlukan media sosial. Penyelenggaraan penerapan demokrasi politik merupakan ranah KPU sebagai penyelenggara pemilu.

Dalam hal ini, sarana utama penyebaran informasi publik yang bermutu tinggi adalah penggunaan media sosial sebagai saluran. Oleh karena itu, penting untuk terus memperkuat strategi komunikasi tim media sosial melalui pelatihan berkala, khususnya dengan produksi konten PIS yang memikat dan sejalan dengan visi dan tujuan lembaga. Dengan kata lain, komunikator dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dengan menggunakan media sosial sebagai media penyampaian pesan. Jejaring sosial dipandang oleh banyak orang sebagai hal yang sangat menguntungkan. Apa pun kini dapat diubah menjadi berita tanpa batasan apa pun. Semuanya dapat diakses melalui media sosial. Media daring sering digunakan oleh masyarakat umum. Apa pun kini cukup layak diberitakan untuk diliput oleh media. Media sosial menjadi senjata bagi partai politik yang menyusun rencana komunikasi pemilu KPU karena tersedia sebagai saluran informasi publik dan, dalam hal ini, menjadi pelopor dalam memberikan informasi bermutu tinggi kepada publik. Media sosial dapat menyediakan lingkungan percakapan yang memungkinkan terjadinya kontak dua arah yang interaktif antara penyelenggara dan masyarakat luas, menjadikannya media yang ideal untuk kampanye pesan publik. Untuk melakukan hal ini, pengelolaan media sosial harus dilakukan secara serius dan profesional. Di antara prasyarat utama pengelolaan media sosial adalah keterlibatan sosial atau topik yang menarik bagi masyarakat luas.

Semua konten yang diunggah di media sosial KPU harus bersifat mendidik dan bermanfaat, karena universitas merupakan lembaga resmi. Beberapa contohnya adalah konten edukasi pemilih, sosialisasi aturan, dan pelibatan masyarakat. Dengan demikian, berita pemilu harus memuat konten digital seperti berita, foto acara, video, dan siaran pers terkait operasional KPU.

Memahami siklus demokrasi elektoral merupakan tujuan kajian KPU. KPU harus mampu menjalankan fungsinya sesuai dengan tujuan dan asas penyelenggaraan pemilihan umum (Pemilu) sebagaimana digariskan oleh International IDEA, sebagai organisasi negara yang bersifat tetap, nasional, dan independen. Di atas segalanya, KPU harus berada di luar pengaruh dan benturan kepentingan salah satu pihak. KPU harus memperlakukan semua individu secara tidak memihak, adil, dan setara untuk menghentikan segala kegiatan yang dapat

menguntungkan pihak ketiga. Terakhir, menurut KPU, seorang individu atau penyelenggara pemilu yang berintegritas bertindak dan berperilaku konsisten dalam semua interaksinya. Keempat, memastikan bahwa informasi yang diberikan cukup, akurat, dan tepat waktu mengenai suatu kebijakan publik dan bagaimana kebijakan tersebut dirumuskan. Kelima, berfungsi dengan baik untuk menjaga agar hukum dan ketertiban tidak terganggu dan kekacauan tidak menyebar. Asas mendasar manajemen KPU adalah profesionalisme, atau keenam. Alasannya adalah perlunya orang-orang yang memiliki gelar, pengalaman, dan keahlian konservasi. Alasan ketujuh adalah untuk mendukung masyarakat dan pejabat terpilih. Layanan ini bertindak sebagai tolok ukur untuk menilai efektivitas KPU dalam menyelenggarakan pemilu (Chakim 2014:393–488).

Dalam hal ini, nilai penelitian KPU Kota Malang menjadi alasan kuat untuk melakukan kajian mendalam sekaligus menjadi subjek penelitian di lembaga tersebut guna menjamin bagaimana KPU memanfaatkan media sosial sebagai saluran demokrasi dalam pemilihan presiden 2024. Selain menyelenggarakan pemilu, KPU juga dapat bertugas menciptakan landasan demokrasi politik. Karena lokasinya yang dekat, saya lebih memilih KPU Kota Malang sebagai topik kajian. Saya berkesempatan melakukan penelitian di banyak KPU, seperti KPU Kota Mojokerto, KPU Kota Kediri, KPU Kota Pasuruan, dan KPU Kota Batu.

Dengan mempertimbangkan beberapa variabel yang memerlukan perjalanan panjang, saya memilih KPU Kota Malang karena dapat berfungsi sebagai sumber edukasi yang berharga selain untuk penyelenggaraan pemilu. Hal ini dikarenakan KPU Kota Malang harus segera menuntaskan tugasnya agar siap mengawal pemilu 2024. Menurut ISU pada laman yang dikutip "(Kompascom 2023)", Komisi Informasi Pemilihan Umum (KPU) telah berulang kali menyatakan keyakinannya bahwa Pemilu 2024 akan berjalan sesuai rencana karena berbagai alasan, termasuk keanggotaan Jokowi dalam Konsolidasi Nasional (Konsolnas) KPU dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, KPU akan menggunakan teknologi informasi untuk mempercepat pendaftaran, validasi, dan identifikasi partai politik peserta pemilu. Agust mengklaim Sistem Informasi Partai Politik (Sipol) menjadi platform pendaftaran

pada tahap ini. Melalui pembicaraan dengan pengembang, khususnya Sipol, yang akan segera menggunakannya, KPU juga berupaya mengembangkan sistem teknologi informasinya. Oleh karena itu, strategi disusun secara bertahap dengan tujuan untuk meningkatkan kerja sama antarlembaga, pemanfaatan teknologi secara lebih intensif pada setiap tahapan penyelenggaraan Pemilu dan Pilkada, penyusunan tahapan dengan memperhatikan komponen utama tahapan yang tumpang tindih, memaksimalkan anggaran pada setiap tahapan penyelenggaraan Pemilu dan Pilkada, serta mengoptimalkan kapasitas dan manajemen sumber daya manusia. Lebih lanjut, tata kelola penyelenggaraan Pemilu perlu mencakup manajemen risiko dan kewaspadaan kesehatan sebagaimana tercantum dalam <https://www.kpu.go.id>. Hal tersebut merupakan bagian penting dari penyelenggaraan pemilu.

Media sosial berperan penting dalam pelaksanaan rencana komunikasi KPU guna memastikan keberhasilan pemilu, sesuai dengan alasan yang diberikan. Sebagaimana dinyatakan dalam paragraf sebelumnya, media sosial dapat membantu memastikan bahwa strategi komunikasi KPU terlaksana secara efektif menjelang pemilu. Oleh karena itu, peneliti mengajukan judul penelitian “**Strategi Komunikasi KPU Kota Malang Melalui Media Sosial Dalam Pemilihan Presiden 2024**”.

#### **1.4 1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

2. Bagaimana KPU Kota Malang memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi pada Pilpres 2024?
3. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap pelaksanaan strategi komunikasi KPU Kota Malang?

#### **3.3 1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pendekatan yang ditempuh KPU dalam melaksanakan rencana komunikasi media sosial.
- b. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap rencana komunikasi media sosial KPU Kota Malang pada pemilihan presiden tahun 2024.



### **3.4 1.4 Manfaat Penelitian**

#### a) Manfaat Akademis

1. Untuk menambah dan memperluas ilmu pengetahuan berdasarkan apa yang dimiliki.
2. Untuk mendapatkan ilmu langsung dari organisasi tentang kegiatan lapangan dan tantangan yang dihadapi selama melakukan penelitian di KPU.
3. Mahasiswa mampu memilih dan membedakan media sosial di lingkungan kelas dengan menggunakan taktik komunikasi di media sosial.
4. Dengan memilih manfaat media sosial, mahasiswa seperti kita juga akan mampu mempelajari informasi berharga untuk dunia digital modern.

#### b) Manfaat Praktis

1. Membantu dalam hubungan informasi antara masyarakat, lembaga, dan entitas lainnya.
2. Untuk mengisi posisi dengan profesional yang berkualifikasi dan sesuai dengan bidang spesialisasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Munir (2013). Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama dalam Menjaga Kerukunan Umat Beragama di Salatiga.
- Adriana, Erica., Chandra, Ricky Marcelino; Sudjianto, Michael Kurniawan; A. (2023). Faktor-Faktor Komunikasi (Yang Perlu Dimiliki) Generasi Z Dalam Mempersiapkan Karir. *Student Research Journal*.
- Afandi Mu'in Maysagita 2013 "*Strategi Komunikasi Pada Humas Komisi Pemeliharaan Umum Daerah Kabupaten Magetan Dalam Upaya Menciptakan Pilkada Bupati Dan Wakil Bupati Kota Megetan Yang Kondisif Tahun 2013*". Skripsi jurusan ilmu komunikasi pakultas komunikasi dan infomatika universitas muhamadiyah surakarta pada tahun 2014.
- Anufia, Budur, and Thalha Alhamid. "Instrumen pengumpulan data." (2019).
- Aulia, A. R., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh city branding "a land of harmony" terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung ke puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*.
- Andipate, (2015:126). Youtube bersifat audio visual (*dengar pandang*) di dunia maya dan dapat di unduh oleh banyak orang .
- Aziz, A., & Fatmawati, F. (2019). Perencanaan komunikasi iklan politik gubernur terpilih pada pilkada Riau 2018. *Jurnal Dakwah Risalah*, 30(1), 20-34.
- Chakim, M. L. (2014). Desain institusional dewan kehormatan penyelenggara pemilu (DKPP) sebagai peradilan etik. *Jurnal Konstitusi*.
- Ekawati, A. Y., & Pujiati, D. (2023). Peran Guru PAUD dalam Menstimulasi Perkembangan Bahasa Ekspresif Anak pada Kelompok B Usia 5-6 Tahun di TK Pertiwi Majasem. *Khazanah Pendidikan*, 17(1), 253-256.
- Fadilah, N. (2013). Pengaruh Iklan Politik terhadap Perilaku Memilih Masyarakat Pengrajin Tas dan Sepatu pada Pilkada Sidoarjo 2010. *Jurnal Review Politik* 03 (01): 85-107

- Fanani, A., Yudana, I. M., & Kertih, I. W. (2020). Peran Dewan Pengurus Cabang Partai Kebangkitan Bangsa Kabupaten Buleleng Dalam Pendidikan Politik Terhadap Masyarakat. *Jurnal Pacta Sunt Servanda*.
- Hadijah, H. (2023). *Implementasi program pendidikan pemilih oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bima Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pilkada Serentak Tahun 2020* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hlm. 33. 7 Ibid., hlm. 61. 8 Ibid
- Harivarman, D. (2017). Hambatan komunikasi internal di organisasi pemerintahan. *Jurnal Aspikom*.
- Hero, H., & Nalu, N. D. (2022). Peran guru sebagai motivator dalam meningkatkan prestasi belajar siswa pada masa pandemi covid-19 di SDI ST. Yosef Maumere. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- <https://Nasional.Kompas.Com/Read/2023/02/14/12444061/Setahun-Jelang-Pemilu-2024-Waspadai-4-Isu-Yang-MembahayakanPemilu14#:~:Text=JAKARTA%2C%20KOMPAS.Com%20%2D%20Pemilu,2023%20ke%2014%20Februari%202024.>
- [https://sumsel.kemenag.go.id/files/sumsel/file/file/kanwils/Artikel\\_Mifta\\_Sinergi\\_Medsos.](https://sumsel.kemenag.go.id/files/sumsel/file/file/kanwils/Artikel_Mifta_Sinergi_Medsos.)
- <https://www.google.com/search?q=dampak+media+sosial&oq=dampak+media+so&aqs=chrome.1.69i57j0i13i512i9.21209j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/28/110000869/hambatan-komunikasi--pengertian-serta-bentuk-hambatannya.>
- <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/28/110000869/hambatan-komunikasi--pengertian-serta-bentuk-hambatannya.>
- Jaya, S. (2021). Strategi Membangun Komunikasi yang Efektif untuk Meningkatkan Kinerja Guru di Sekolah. *Pionir: Jurnal Pendidikan*, 10(2).
- Jamal, Z., Alaydrus, A., & Dyastari, E. L. (2018). Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Di Desa Tanjung Limau Kecamatan Muara Badak Kabupaten Kutai Kartanegara. *eJournal Ilmu Pemerintahan*, 63

- Khoirul Muslimin & Maswan, Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik, (Yogyakarta :Lingkar Media, 2017), cet. I. hlm. 8.
- Kundarti, F. (2022). Bekerja Seadanya, Hidup Secukupnya.(Studi Kasus Persepsi Motivasi Dan Kompensasi Satuan Pekerja Keamanan Outsourcing Pada Pt Pesonna Optima Jasa Di Sleman Yogyakarta).
- Kusumawati, T. I. (2019). Komunikasi verbal dan nonverbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2).
- Mafaza, N. (2020). *Gambaran Komunikasi Organisasi Perawat Di Ruang Rawat Inap Rsu Pku Muhammadiyah Gubug* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Semarang).
- Mariana, R. (2022). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bandung Dalam Sosialisasi Mal Pelayanan Publik Melalui Media Sosial Instagram Studi Kualitatif Dengan Pendekatan Studi Kasus* (Doctoral Dissertation, Universitas Pasundan).
- Ike, R. P. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS “GUBUK LITERASI” DALAM MENSOSIALISASIKAN LITERASI KEPADA ANAK DI KOTA BANDAR LAMPUNG.
- Mekarisce, A. A. (2020). *Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*.
- Melinari, A. (2022). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio Bintang Angkasa Swara (Bas) Dalam Menarik Pendengar Di Kecamatan Banjar Agung* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Mulyadi, A., Naryoso, A., Yuliyanto, M., & Ulfa, N. S. (2022). Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stutning. *Interaksi Online*.
- Ngalimun, Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017), hlm. 52.
- Pandi Afandi, Concept & Indicator Human Resources Management For Managemen Research, (Yogyakarta : Deepublish, 2016), hlm. 38.

- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan media video call dalam teknologi komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*.
- Purnamasari, A., Anrial, A., & Verolyna, D. (2021). *Upaya Surat Kabar Harian Curup Ekspres dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital* (Doctoral dissertation, IAIN Curup).
- Ramadhan, G. A., Fitriana, A., & Nurkinan, N. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Dalam Membangun Personal Branding di Social Media Tiktok dan Instagram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Ramadhani, A., Ramadhani, D. A., Hardiyanto, D., Zhafira, G., Ambarwati, L. R., Miranti, N., ... & Sari, W. M. (2023). *Digital PR dalam Era Disrupsi 5.0: Digital PR dalam Era Disrupsi 5.0; Kajian Akademis*. Nas Media Pustaka.
- Sakbani, Y. (2020). Urgensi Manajemen Risiko Pemilu pada Pilkada 2020 di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Perlindungan Hak Pilih Warga Masyarakat). *Jurnal Wacana Politik*.
- Siti Rahma Nurdianti, "Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung Samarinda", (Ejournal.Ilmukomunikasi.FISIP-UNMUL, Vol. 2, No. 2, 2014), hlm. 149
- Tyasari, I. R., Fauzi, R. U. A., & Dessyarti, R. S. (2022, October). Pengaruh Pengelolaan Sumber Daya Manusia, Motivasi Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Efektivitas Kerja Studi Kasus Pada Cv. Berkah Konveksi Di Kota Madiun. In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*.
- Yusniati, E. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Calon Mahasiswa Dalam Memilih Prodi Perbankan Syariah Pada Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu* (Doctoral Dissertation, Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Yudi, A. G. (2015). Perilaku Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu Presiden Tahun 2014 (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area).
- Yusuf, M. (2020). *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Pemilihan Umum 2019* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

- Zaenab, S. (2019). *Strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) kabupaten Bangkalan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pelaksanaan pilkada serentak 2018* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).
- Zein, M. F. (2019). *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*. Mohamad Fadhilah Zein
- Zuhri, S., Fajriah, N., Wibowo, R. T. H., Prakoso, A. A. D., Indriani, R. O., Windari, A. T., & Yogia, K. Y. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).