

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. 2018. Media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja milenial. *Jurnal JPPI*, 2(2), 221-236.
- Ali, L. (2017). *Milenial Nusantara*. Jakarta : Gramedia Pustakan Utama.
- An naas, M. 2016. Pengaruh iklan politik melalui media sosial (*facebook*) terhadap minat pemilih kepala daerah di kota samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(3), 252-264.
- Ardha, B. (2014). Sosial media sebagai media kampanye partai. *Jurnal Visi Komunikasi*. 13(01), 105-120.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan*: Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Budiyono, (2016). Media sosial sebagai komunikasi politik menjelang pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Komunikasi*. 11(1), 2548-7647.
- Detik.com (2019). *Profil lengkap capres dan cawapres pada pilpres 2019*. <https://www.detik.com/pemilu/profil/-calon>.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai komunikasi politik: Esensi dan strategi dalam pemilu. *Jurnal Resolusi*. 1(1), 2621-5754.
- Firmanzah. P. D. (2007). *Marketing Politik : antara pemahaman dan realitas*. Jakarta: Yayasan obor Indonesia.
- Herpamudji, D. H. (2015). Strategi kampanye politik Prabowo-Hatta dan perang pencitraan di media massa dalam pemilu presiden. *Jurnal Politika*. 6(1).
- Judhita, C. (2018). Penggunaan media digital dan partisipasi politik generasi milenial. *Jurnal penelitian komunikasi dan opini public*. 22(2), 91-105.

- Kompas.com (2018). Resmi, masa kampanye pemilu dimulai hari ini hingga 13 April 2019. <https://nasional.kompas.com/read/2018/09/23/08553491/resmi-masa-kampanye-pemilu-dimulai-hari-ini-hingga-13-april-2019>
- Kompas.com (2017). Survey CSIS: milenial pengguna medsos lebih pilih Prabowo dari pada Jokowi. <https://nasional.kompas.com/read/2017/11/04/07554491/survei-csis-milenial-pengguna/medsos/lebih/pilih/prabowo/daripada/jokowi>
- KPU Republik Indonesia : <https://www.kpu.go.id>
- Merdeka.com (2018). Jangan golput di pemilihan presiden (pilpres) 2019. <https://www.google.com/amp/s/m.merdeka.com/amp/politik/jangan-golput-di-pilpres-2019.html>
- Moleong, L. J. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Berkarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, M. (2003). *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nursal, A. (2004). *Political marketing: Strategi memenangkan pemilu sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shahreza, M. (2017). Komunikator politik berdasarkan teori generasi. *Jurnal Komunikasi*. 1(1),33-48.
- Sindonews.com (2019). Pemilih milenial di pemilu 2019 lebih dari 42 juta orang. <https://nasional.sindonews.com/read/1367258/12/pemilih-milenial-di-pemilu-2019-lebih-dari-42-juta-orang-1546400221>
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R%D*. Bandung: Alfabeta.

Utomo, W. P. (2013). Menimbang media sosial dalam marketing politik di Indonesia: belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 17(1), 67-68.

Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. LN. 2008 No.176, TLN No. 4924.

Wulandari, R. (2013).strategi kampanye politik koalisi partai pengusung Afi-Mukmin dalam pemilihan Gubernur tahun 2013. *Jurnal Ilmu Komunisasi*. 1(4), 220-234.