

PERAN TWITTER/X SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK PARTAI GERINDRA TERHADAP KETERLIBATAN PEMILIH MUDA DI PEMILU 2024

Avira Bintang Juniar¹, Yulita Nilam Fridiyanti²
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Wahid Hasyim Semarang

Avirabintang04@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Partai Gerindra memanfaatkan media sosial Twitter sebagai sarana komunikasi politik untuk meningkatkan partisipasi pemilih muda pada Pemilu 2024. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis konten, penelitian ini mengeksplorasi gaya bahasa, isi unggahan, serta strategi komunikasi akun resmi @Gerindra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gerindra berhasil menyesuaikan gaya komunikasi politiknya dengan karakteristik generasi muda yang aktif di media sosial, melalui pendekatan yang santai, interaktif, dan humoris. Strategi ini tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens. Temuan ini diperkuat oleh teori Konstruksi Sosial atas Realitas (Berger & Luckmann) dan teori komunikasi strategis (Effendy), yang menunjukkan bahwa media sosial mampu membentuk persepsi politik masyarakat secara dinamis. Dengan demikian, Twitter terbukti menjadi media efektif dalam membangun citra politik dan meningkatkan keterlibatan pemilih muda di era digital.

Kata kunci: komunikasi politik, media sosial, Twitter, Partai Gerindra, pemilih muda, Pemilu 2024.

ABSTRACT

This study aims to analyze how the Gerindra Party utilizes Twitter social media as a means of political communication to increase young voter participation in the 2024 Election. Through a descriptive qualitative approach with content analysis, this study explores the language style, content of posts, and communication strategies of the official @Gerindra account. The results of the study show that Gerindra has succeeded in adjusting its political communication style to the characteristics of the young generation who are active on social media, through a relaxed, interactive, and humorous approach. This strategy not only conveys political messages but also builds emotional closeness with the audience. This finding is reinforced by the theory of Social Construction of Reality (Berger & Luckmann) and strategic communication theory (Effendy), which show that social media can dynamically shape people's political perceptions. Thus, Twitter has proven to be an effective medium in building a political image and increasing the involvement of young voters in the digital era.

Keywords: political communication, social media, Twitter, Gerindra Party, young voters, 2024 Election

A. PENDAHULUAN

Dengan kemajuan teknologi komunikasi kehidupan manusia sekarang lebih mudah. Media baru *new media* dan media sosial *social media* adalah evaluasi dari teknologi komunikasi, bidang politik juga di pengaruhi oleh keberadaan media sosial. Studi di Amerika Serikat juga menunjukkan bahwa media sosial adalah alat kampanye yang efektif. Politisi amerika serikat telah menggunakan internet sebagai media kampanye sebelum era media sosial (Anshari, 2013) Perubahan ini tidak hanya memengaruhi cara masyarakat berinteraksi dengan politik, tetapi juga cara pemerintah dan Lembaga politik merespons dan berinteraksi dengan

warganya, (Ashariana, 2024) Twitter dipilih dengan alasan sebagai sarana promosi diri yang ideal karena memiliki kemampuan memberikan ruang bagi politisi untuk menginformasikan banyak hal terutama yang berkaitan dengan aktivitas politiknya kepada khalayak dengan seketika komunikasi politik yang dilakukan untuk merayu, membujuk, membentuk, dan membina hubungan politik yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi politik dalam waktu tertentu.

Salah satu platform media sosial bernama Twitter memungkinkan penggunanya untuk membagikan pesan singkat yang disebut tweet. Saat ini, pesan ini dapat mencapai 280 karakter atau lebih, tergantung pada jenis akun, tetapi sebelumnya hanya 140 karakter. Twitter digunakan oleh banyak orang, termasuk orang biasa, jurnalis, politisi, (Hermawanti et al., 2020) dan tokoh publik, untuk berbagi pendapat, berita, promosi, atau sekadar interaksi sosial secara cepat dan terbuka. Twitter memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi secara real-time, yang menjadikannya unik. Banyak peristiwa penting seperti bencana, berita dunia, atau politik pertama kali diberitakan melalui Twitter sebelum disampaikan oleh media konvensional. Pengguna dapat menambahkan komentar mereka sendiri ke tweet dengan membalas, me-retweet, memberi tanda suka, atau mengutipnya. Selain itu, hashtag (#) digunakan untuk menyatukan topik tertentu sehingga lebih mudah dicari dan diikuti. Selain itu, partai dapat lebih dekat dengan masyarakat, terutama generasi muda, melalui interaksi yang terjadi di Twitter. Partai dapat membangun kedekatan dan menjaring partisipasi publik melalui balasan, mention, retweet, dan polling. Twitter menjadi alat penting selama

kampanye untuk menyebarkan slogan, video kampanye, dan meme politik, serta serangan terbuka dan halus terhadap lawan politik.

Dapat Grindra alami kampanye politik biasanya semua bentuk komunikasi politik dikembangkan seperti; agitasi politik, propaganda politik, public relations politik, (Hermawanti et al., 2020) retorika politik (Fatanti, 2014) Komunikasi politik merupakan bagian yang tidak bisa dilepaskan dari budaya politik dan sosialisasi politik. Bila kita berbicara tentang budaya politik dan sosialisasi politik, maka kita akan mengkaji pula mengenai komunikasi politik, oleh karena itu, komunikasi politik merupakan fungsi sosialisasi dan budaya politik. Dalam analisis sistem politik, yang menjadi perhatian adalah struktur-struktur yang melaksanakan fungsi politik, dan bagaimana komunikasi tersebut dilaksanakan (Muchtar et al., 2016).

Komunikasi politik merupakan bagian yang tidak bisa dilepaskan dari budaya politik dan sosialisasi politik. Bila kita berbicara tentang budaya politik dan sosialisasi politik, maka kita akan mengkaji pula mengenai komunikasi politik, oleh karena itu, komunikasi politik merupakan fungsi sosialisasi dan budaya politik. Dalam analisis sistem politik, yang menjadi perhatian adalah struktur-struktur yang melaksanakan fungsi politik, dan bagaimana komunikasi tersebut dilaksanakan (Muchtar et al., 2016).

terutama menjelang pemilu. Generasi sebelumnya tidak memiliki kualitas yang sama dengan generasi muda, yang kritis, melek teknologi, dan aktif di media sosial. Oleh karena itu, partai politik harus mengubah cara mereka berkomunikasi agar mereka dapat menarik perhatian dan membuat mereka merasa lebih dekat secara emosional. Citra politik berkaitan juga dengan pembentukan pendapat umum, karena pada dasarnya pendapat umum terbangun melalui citra politik, sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik. Pemilih muda adalah target utama komunikasi politik di Indonesia, Partai Gerindra adalah salah satu contoh partai politik yang berhasil menggunakan media sosial untuk berkomunikasi politik dengan generasi muda. Partai ini menyampaikan pesan politiknya dengan gaya yang lebih santai, responsif, dan bahkan humoris melalui akun resmi Twitter-nya, @Gerindra. Gaya ini menunjukkan bahwa partai adalah entitas politik yang ramah dan terbuka, dan mereka memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi digital kontemporer.

Maka dari itu peneliti mempunyai Tujuan untuk mengamati dan menganalisis bagaimana cara partai Gerindra menggunakan akun twitternya untuk meningkatkan partisipasi politik pemilih muda pada Pemilu 2024. Fokus penelitian adalah

gaya bahasa, konten unggahan, dan cara akun @Gerindra menyampaikan pesan politik kepada publik muda pengguna Twitter. Selain itu, penelitian ini bergantung pada teori Berger dan Luckmann tentang Konstruksi Sosial atas Realitas untuk memahami bagaimana persepsi politik masyarakat dibentuk oleh komunikasi di media sosial.

B. KAJIAN PUSTAKA

Berdasarkan dari penelitian saya ada beberapa penelitian sebelumnya yang menganalisis pemilih muda seperti pada penelitian (Ilham & Chandra Hermawan, 2022) yang berjudul *"Strategi Komunikasi Humas Partai Politik Gerindra Dalam Menjaring Pemilih Pemula Melalui Media Sosial"* hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Partai Gerindra dalam menjaring pemilih pemula melalui media sosial twitter pada momentum hari kasih sayang tahun 2022, hambatan yang dialami, pandangan dari followers twitter @gerindra, dan bagaimana pemanfaatan momentum hari kasih sayang tahun 2022 Partai Gerindra untuk menjaring pemilih pemula. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dengan menggunakan konsep langkah-langkah strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Ucjana Effendy tahun 2011. Objek penelitian ini adalah twitter @gerindra.Faishal Muqtadir Tamim, Ahmad Zamzamy yang berjudul *"Strategi komunikasi politik partai grindra dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih muda melalui media pemilih muda melalui media sosial twitter pada pemilu tahun 2024"* hasil pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi partai politik Gerindra yang telah dilakukan untuk meningkatkan partisipasi politik

melalui media sosial twitternya. Metode yang dipakai dalam penelitiannya ini menggunakan metode dengan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan, menggambarkan dan memahami fenomena sosial dari sudut pandang atau perspektif subyek/partisipan.

Penelitian (Herning Suryo, 2020) yang berjudul *"media sosial dan pesan politik (persepsi pemilih pemula dalam menerima pesan politik pada pemilihan umum 2019 melalui media sosial)"* Hasil penelitian melihat bagaimana persepsi pemilih pemula, yang dalam hal ini adalah siswa dan mahasiswa saat menerima pesan politik pemilihan umum 2019 di dalam media sosial. Mengapa subyek yang diteliti adalah siswa dan mahasiswa karena generasi ini tidak tidak lepas dalam menggunakan media sosial untuk kesehariannya, baik itu untuk urusan pribadi maupun untuk mencari preferensi politik. Para pemilih pemula ternyata menggunakan media sosial sebagai preferensi untuk memilih dalam pilkada dan pilpres oleh karena aktifitas yang banyak dihabiskan disana.

Dan perbedaan penelitian saya dan penelitian sebelumnya adalah penelitian (Ilham & Chandra Hermawan, 2022) lebih fokus kepada humas bagaimana humas Partai Gerindra membentuk strategi yang menarik pada media sosial twitter. Studi kasus kualitatif dengan pendekatan observasi, wawancara mendalam dengan pihak humas dan followers @gerindra, serta dokumentasi aktivitas di Twitter. Penelitian (Tamim &

Zamzamy, 2023) berfokus pada Partisipasi politik anak muda masa kini lebih terbuka dan dipengaruhi oleh media sosial yang mereka gunakan. Salah satu sebabnya karena intensitas yang besar dalam menggunakan media sosial. Tanpa disadari, sebagian besar kaum muda sudah membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan politik sehingga membuat mereka ingin mengetahui perkembangan politik terkini. Oleh karena itu peneliti melihat bagaimana persepsi pemilih pemula, yang dalam hal ini adalah siswa dan mahasiswa saat menerima pesan politik pemilihan umum 2019 di dalam media sosial. Mengapa subyek yang diteliti adalah siswa dan mahasiswa karena generasi ini tidak lepas dalam menggunakan media sosial untuk kesehariannya, baik itu untuk urusan pribadi maupun untuk mencari preferensi politik..

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dengan menggunakan konsep Langkah-langkah yang dilakukan Partai Gerindra dalam menjaring pemilih pemula melalui media sosial *twitter*. Sedangkan penelitian saya berfokus mengamati bentuk komunikasi politik partai gerindra melalui akun twitter (@gerindra) selain itu penelitian ini mengambil data dari akun twitter @gerindra. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan design studi

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif dengan analisis konten, dan gaya bahasa fokus penelitian ini memahami bagaimana konten Gerindra menarik pemilih muda dengan komunikasi politik yang dilakukan partai Gerindra melalui akun resmi twitter nya yaitu @Gerindra. Data di kumpulkan dari unggahan foto/video dan interaksi pengguna di platform tersebut selama kampanye pemilu 2024. Metodologi ini dirancang agar mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana Partai Gerindra menggunakan Twitter sebagai media komunikasi politik dalam mempengaruhi dan meningkatkan partisipasi politik pemilih muda, Fokus kajian pada penelitian ini berupa pemanfaatan media sosial sebagai bentuk komunikasi politik partai Gerindra dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih muda melalui media sosial twitter pada pemilu tahun 2024. Penelitian ini menggunakan Teori Konturksi Realitas Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Teori ini menyatakan bahwa media sosial termasuk twitter berperan penting dalam membentuk persepsi Masyarakat terhadap realitas politik.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi deskriptif terhadap komunikasi partai Gerindra di media sosial twitter, analisis konten dilakukan

bagaimana partai gerindra mampu menarik pemilih muda agar mereka lebih tertarik secara politik, serta menganalisis gaya komunikasi/gaya Bahasa partai gerindra dalam membentuk citra partai pemilih muda pada pemilu 2024. Dengan teori kontruksi realitas, Selain itu peneliti melakukan analisis terhadap akun twitter gerindra untuk melihat gaya komunikasi politik yang disampaikan kepada para pengikutnya. Selain itu dalam menemukan suatu isu peneliti menggunakan teknik analisa konten.

Selain itu dalam menemukan suatu isu peneliti menggunakan teknik analisa konten. Menurut Krippendorf, teknik analisa konten merupakan suatu bagian dari penelitian dimana seorang peneliti mengambil suatu teks atau konten dari suatu media. Analisa konten sendiri merupakan teknik dimana peneliti menyimpulkan suatu makna dari suatu teks yang sudah melewati tahap-tahap yang dapat dipercaya, dapat diaplikasikan ke dalam beberapa konteks dan kredibel.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Twitter Partai Gerindra menampilkan gaya komunikasi politik unik dan menyesuaikan diri dengan demografi pengguna media sosial, terutama generasi muda. Meskipun konten atau tweet yang dikirim masih informatif dan bertujuan untuk mempromosikan partai, gaya penyampaiannya sekarang lebih santai, humoris, dan relevan dengan masalah yang dibahas oleh remaja di Twitter. Partai Politik Gerindra memiliki hubungan yang erat dengan twitter dalam konteks komunikasi politik digital, khususnya dalam upaya menjangkau pemilih muda dan membentuk citra politik yang modern dan responsif. Sebagai salah satu partai besar di Indonesia, Gerindra memanfaatkan platform Twitter secara aktif untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya, mempromosikan tokoh utamanya seperti Prabowo Subianto, serta merespons isu-isu nasional yang sedang hangat dibicarakan publik. Hal ini merupakan taktik komunikasi yang direncanakan untuk menarik perhatian pemilih muda yang paling banyak menggunakan platform tersebut, Gaya komunikasi merupakan salah satu persoalan yang tidak terlepas dari usaha memahami komunikasi dalam organisasi (Tety Adyawanti,

2021). Dalam artikelnya, gerindra yang dimuat oleh Mojok.com, metode ini menunjukkan pengetahuan yang kuat tentang komunikasi politik di internet. Untuk menjadi admin media sosial partai politik, Anda perlu menguasai pesan merek atau pengetahuan produk yang ingin disampaikan. Untuk memastikan bahwa pesan politik dapat diterima dengan baik tanpa terkesan kaku atau terlalu formal, admin juga harus dapat menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan karakteristik pengikutnya, strategi ini menunjukkan bahwa Partai Gerindra mulai menyadari betapa pentingnya menggunakan metode yang personal dan humanis dalam komunikasi politik digital. Melalui gaya bahasa yang halus dan penuh interaksi, dia tidak hanya menyampaikan visi dan program kerja, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiensnya.

Akun Twitter Partai Gerindra (@Gerindra) sebelumnya tidak terlalu menarik bagi generasi muda, tetapi sekarang perlahan mulai membangun untuk mengubah gaya komunikasi yang santai dan menyenangkan kepada pengikutnya (Muthiah, 2021). Admin twitter Gerindra berkali-kali membuat tweet dengan membahas konten yang sangat terkait dengan fenomena yang disukai generasi muda saat ini. Sehingga tidak memerlukan waktu lama peningkatan followers dari akun tersebut naik drastis. Berikut adalah

contoh cuitan akun twitter gerindra dalam membalas salah satu followersnya

Gambar 1 Respons satir Gerindra di twitter terkait kritik warganet tentang wakil presiden



Gambar 1. Tweet akun twitter@Gerindra

Selain itu juga gaya komunikasi yang di sampaikan oleh akun twitter gerindra yang sempat menghebohkan warganet adalah adanya balasan Santai memakai pantun yang dilakukan oleh admin. Akun twitter @ay4amgeprex mengunggah sebuah tweet di platfrom yang menanyakan kapan pengumuman calon wakil presiden (cawapres) yang akan mendampingi Prabowo.

Gambar 2 Respons soal Cawapres dengan Humor



Sumber akun twitter partai Gerindra Metode komunikasi yang digunakan oleh pemimpin partai gerindra telah terbukti efektif dalam membangun ikatan emosional dengan pemilih muda. Generasi muda, terutama generasi muda, adalah orang-orang yang menyukai pendekatan yang lebih santai, berinteraksi, dan menarik. Dengan menjawab pertanyaan pengikut dengan pantun, humor, atau bahkan bahasa gaul remaja, akun @Gerindra memberi kesan bahwa mereka adalah partai yang ramah dan terbuka. Selain itu, mereka menunjukkan bahwa mereka memiliki pemahaman tentang budaya digital yang sedang berkembang. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi tetapi juga membentuk persepsi publik terhadap partai politik secara terus menerus. Terlepas dengan gaya santai yang saat ini dibuat oleh akun twitter gerindra kepada masyarakat. Komunikasi politik masih selalu disampaikan kepada masyarakat, seringkali menginformasikan terkait

dengan agenda-agenda partai, diskusi dengan masyarakat terkait isu negara, informasi partai dan sebagainya.

Gambar 3 unggahan gerindra yg menunjukkan dukungan politik dan simbolik dari partai gerindra dan Prabowo terhadap buruh indonesia



Sumber akun twitter partai Gerindra

Pilihan masyarakat terhadap partai politik tidak hanya ditentukan oleh kebesaran suatu partai, namun masyarakat akan lebih menilai kepada citra positif partai tersebut, eksistensi partai politik juga akan ditentukan dengan hubungan yang terus dibangun dengan masyarakat, sehingga kedekatan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan konstituen (Muchtar et al., 2016)

Sebenarnya, para politisi dapat menggunakan media sosial untuk berbicara langsung dengan masyarakat dan menyebarkan pesan politik mereka. Politisi dapat

memengaruhi opini publik dan partisipasi politik karena mudah diakses, cepat, dan interaktif, dan memungkinkan mereka menyampaikan gagasan mereka kepada publik secara langsung tanpa menggunakan perantara media konvensional. Ini terutama berlaku untuk generasi muda yang aktif secara digital.

Politikus yang menggunakan media sosial dengan baik dapat mendekatkan diri dengan pemilih mereka secara emosional, menyesuaikan komunikasi mereka dengan tren generasi saat ini, dan terus memperkuat identitas politik mereka. Twitter/X telah berkembang menjadi tempat di mana politisi dapat berbagi informasi dan berinteraksi secara publik.

Teori Onong Uchjana Effendy menjelaskan strategi komunikasi yang digunakan dalam situasi ini. Teori ini menekankan betapa pentingnya mengenal khalayak sasaran, membuat pesan yang tepat, memilih media yang tepat, dan menilai umpan balik. Dalam konteks ini, Partai Gerindra menggunakan akun Twitter-nya untuk menjangkau pemilih muda dengan cara yang santai, lucu, dan kontekstual. Selain itu, Teori Konstruksi Sosial atas Realitas dari Berger dan Luckmann juga digunakan. Teori ini menyatakan bahwa melalui pesan yang dikomunikasikan secara teratur, media sosial berkontribusi pada pembentukan realitas sosial. Akun resmi partai memberikan persepsi umum bahwa

partai tersebut dekat, terbuka, dan akrab dengan masalah anak muda. Pada akhirnya kita melihat bahwa media sosial telah memungkinkan serangkaian keterjangkauan teknologi yang akan berguna sejauh mana mereka dapat dipisahkan dari bisnis rakus di ruang publik. Namun kekhawatirannya adalah media sosial lebih memungkinkan para penguasa untuk menghindari segala pertanyaan kritis dari masyarakat.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial telah menjadi alat strategis bagi politisi dalam melakukan komunikasi politik yang cepat, interaktif, dan langsung. Platform ini memungkinkan penyampaian visi, misi, dan respons terhadap isu aktual secara real time, sekaligus menjangkau khalayak luas tanpa perantara media konvensional. Tak heran jika berbagai kelompok politik memanfaatkannya untuk membentuk opini publik, meningkatkan popularitas, serta membangun citra dan identitas politik yang diinginkan..

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama Twitter/X, memainkan peran penting sebagai media komunikasi politik dalam era digital, terutama dalam menjangkau dan mempengaruhi pemilih muda. Dengan memanfaatkan Twitter secara strategis, Partai Gerindra dapat menciptakan citra politik yang lebih santai, responsif, dan dekat dengan budaya internet generasi muda. Akun Twitter @Gerindra berhasil menciptakan kesan bahwa partai tersebut ramah, terbuka, dan siap untuk mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang ringan, interaktif, dan menghibur, seperti penggunaan pantun, komedi, dan gaya bahasa gaul. Teori konstruksi sosial atas realitas dari Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa media, termasuk media sosial, memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi publik secara konsisten. Selain itu, strategi

komunikasi ini selaras dengan teori komunikasi strategis Onong Uchjana Effendy, yang menekankan betapa pentingnya menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens, memilih media yang tepat, dan menilai bagaimana pesan direspons khalayak.

Hasil penelitian menegaskan bahwa, di era digital, komunikasi politik yang efektif tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan dikemas dan disampaikan. Partai Gerindra berhasil meningkatkan kesadaran politik dan partisipasi pemilih muda melalui penggunaan Twitter. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media untuk menyebarkan informasi, tetapi juga merupakan tempat penting untuk membentuk opini publik dan memperkuat identitas politik dalam konteks politik kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial (Vol. 8, Issue 1).
- Ashariana. (2024). Indonesian Research Journal on Education. In Indonesian Research Journal on Education (Vol. 4).
- Fatanti, M. N. (2014). Twitter dan Masa Depan Politik Indonesia: Analisis Perkembangan Komunikasi Politik Lokal Melalui Internet Twitter and the Future of Indonesian Politics: Analysis of the Development of Local Political Communication over the Internet (Vol. 16, Issue 1).
- Hermawanti, F., Prisanto, G. F., Yulianto, K., & Ruliana, P. (2020). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap persepsi profesi pramugari. <https://doi.org/10.29313/v7i1.27198>
- Herning Suryo, H. K. A. (2020). admin,+Journal+manager,+8.87.
- Ilham, Y., & Chandra Hermawan, A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARTAI POLITIK GERINDRA DALAM MENJARING PEMILIH PEMULA MELALUI MEDIA SOSIAL.
- Kristian, I. (2023). Kebijakan Publik Dan Tantangan Implementasi Di Indonesia. Jurnal Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial, 21(2), 88-98.
- Kristian, I., & Rochaeni, A. (2022). STRATEGI MILITER MENGENAI SIBER UNTUK KEUNGGULAN DUNIA MAYA DALAM PERANG ELEKTRONIK. Caraka Prabhu: Jurnal Ilmu Pemerintahan, 6 (2), 207-216.
- Muchtar, K., Sunan, U., & Djati Bandung, G. (2016a). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. In Jurnal Ilmu Komunikasi (Vol. 14, Issue 2). halaman.
- Muchtar, K., Sunan, U., & Djati Bandung, G. (2016b). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. In Jurnal Ilmu Komunikasi (Vol. 14, Issue 2). halaman.
- Muthiah, F. (2021). Peran Social Networking Sites dalam meningkatkan Stakeholder Engagement: A Literature Review. JURNAL LENSES MUTIARA KOMUNIKASI, 5(2), 86-104. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2161>
- Tamim, F. M., & Zamzamy, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Muda melalui Media Sosial Twitter pada Pemilu Tahun 2024. <http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>

