

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. SAGE.
- Lavrin, Janko. 2015. *Tolstoy: An Approach Bound With Dostoevsky a Study*. Routledge: Methuen& Co. LTD. London
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi, P. 410).
- Political Communication & Strategy: Consequences of the 2014 Midterm Elections. (2017). United States: University of Akron Press.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa - Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M.Si. - Google Buku*. PT Gramedia (pp. 1–169).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, E. H. (2018). *Media Sosial dan Komunikasi Politik Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik*. Media Dan Komunikasi Politik (p. 340). Mbridge Press.
- Sutikno, S., & Hadisaputra, P. (2020). *Penelitian kualitatif*. (Nurlaeli, Ed.), *Holistica Lombok* (pp. 1–215).
- Zaenal Mukarom, H., 1970-. (2016). *Komunikasi politik/ H. Zaenal Mukarom*. Bandung: Pustaka Setia.

JURNAL DAN HASIL PENELITIAN

- Allifiansyah, S. (2018). Studi Politainment dalam Perspektif Ekologi Media dalam Industri Televisi Indonesia. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*. Retrieved from <http://pknk.web.id/index.php/PKNK/article/view/94>
- Azharra, S. (2019). *Politik dalam Bingkai Hiburan (Studi Politainment pada Talk Show Pangeran, Mingguan di Channel YouTube Asumsi) - Brawijaya Knowledge Garden* [Skripsi, Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/180788/>
- Akbar, R. (2019). *Media Sosial Dan Politainment (Analisis Wacana Kritis Tentang Kunjungan Kerja Presiden Joko Widodo ke Sukabumi, Jawa Barat Pada 8 April 2018 di X Pendukung Joko Widodo dan Prabowo Subianto)*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/49209?mode=full>

- Abidin, C., Lee, J., & Kaye, D. B. V. (2022). Introduction to the *Media International Australia* special issue on “TikTok cultures in the Asia Pacific.” *Media International Australia*, 186(1), 3–10. <https://doi.org/10.1177/1329878x221130126>
- Ball, J. (2021, May 22). The TikTokisation of global politics. *Spectator*, 346(10056), 10–12. <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA663324685&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=00386952&p=LitRC&sw=w&userGroupName=anon%7E73e317db>
- Bandy, J., & Diakopoulos, N. (2020). #TulsaFlop: A case study of algorithmically-influenced collective action on TikTok. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2012.07716>
- Cotter, K., Decook, J. R., Kanthawala, S., & Foyle, K. (2022). In FYP We Trust: The Divine Force of Algorithmic Conspirituality. *International Journal of Communication*, 16, 2911–2934.
- Cervi, L., Tejedor, S., & Blesa, F. G. (2023). TikTok and Political Communication: The Latest Frontier of Politainment? A Case Study. *Media and Communication*, 11(2), 203–217. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6390>
- Chandlee, B. (2019). *Understanding our policies around paid ads*. TikTok Newsroom. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/understanding-our-policies-around-paid-ads>
- Eriksson, M., & Åkerlund, M. (2022). Through a white lens: Black victimhood, visibility, and whiteness in the Black Lives Matter movement on TikTok. *Information, Communication & Society*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2065211>
- Fauzan, A. (n.d.). *DAMPAK APLIKASI TIK TOK PADA INTERAKSI SOSIAL REMAJA “ STUDI DIKECAMATAN GAMBUT KABUPATEN BANJAR “ - Repository UNISKA*. <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/8724/>
- Iqbal, M. (2022). *TikTok revenue and usage statistics (2022)*. Business of Apps. https://uploads2.craft.co/uploads/operating_source/document/982548/57cb7f410c237c8e.pdf
- Kulsum, K. U. (2024, January 16). *Maraknya alat peraga kampanye Pemilu – Kompaspedia*. Kompaspedia. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/maraknya-alat-peraga-kampanye-pemilu>
- Lestari, A. indri, Rahayu, N. nia, & Setiawati, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Tiktok Terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo Pada Masyarakat Jawa Tengah. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(2), 240–250. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i2.347>
- Lestari, M. S. I. (2019). *Analisis Framing Pan dan Kosicki Pemberitaan Politainment Jokowi dalam Tribunnews.com pada Masa Kampanye PILPRES 2019 - Brawijaya Knowledge Garden* [Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/174732/>
- Malau, B. S. L. (2023, August 30). Ade Armando Ungkap Youth TV Didanai BIN Tapi Disalahgunakan Mazdjo Pray untuk Serang Lawan PDIP. *Wartakotalive.com*.

<https://wartakota.tribunnews.com/2023/08/30/ade-armando-ungkap-youth-tv-didanai-bin-tapi-disalahgunakan-mazdjo-pray-untuk-serang-lawan-pdip>

- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok. In *WebSci 2020 - Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science* (pp. 157–166). Association for Computing Machinery, Inc. <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916>
- Nisa, S., Gutji, N., & Sekonda, F. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Tingkat Interaksi Sosial Siswa Kelas VII di SMP Negeri 17 Kota Jambi. *Journal on Education*, 5(2), 2947–2954. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.945>
- Nurcholis, A., & Putra, T. R. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193–222.
- Pajri, R. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DPD PARTAI GOLKAR DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE GOLKAR BANGKIT DI KABUPATEN KAMPAR - Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository*. <https://repository.uin-suska.ac.id/60975/>
- Rahat, G., & Kenig, O. (2018). *From party politics to personalized politics?: Party change and political personalization in democracies. From Party Politics to Personalized Politics?: Party Change and Political Personalization in Democracies* (pp. 1–386). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198808008.001.0001>
- Setyowati, E., & Arsal, T. (2023). Penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku imitasi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang | Solidarity: Journal of Education, Society and Culture. *SOLIDARITY*. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/solidarity/article/view/76685>
- Sunarso & Anggraeni, D.M. (2022). Persepsi Tentang Kampanye Politik Melalui Media Sosial dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. *Jurnal E-Civics_Student UNY: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Dan Hukum*, 11(03), 272–283.
- Suryawati, I. (2021). Politik Entertainment Selebriti Parlemen Pusat dalam Konstruksi Media Online (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(1), 1–14. Retrieved from <http://ojs.mmtc.ac.id/index.php/jimik/article/view/155>
- Vanacore, R. (n.d.). *Sensationalism in media*. REPORTER. <https://reporter.rit.edu/news/sensationalism-media> Alvara Researce Center. (2016). *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millenials*. Jakarta: Alvara Strategi Indonesia.
- Wahyudi, V. (2019). POLITIK DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 “MARKETING & KOMUNIKASI POLITIK.” *Politea: Jurnal Politik Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.20414/politea.v1i2.819>

We Are Social, & Hootsuite. (2021). *Digital 2021: July global statshot report*. SlideShare. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-july-global-statshot-report-v02>

Zeng, J., & Abidin, C. (2021). „#OkBoomer, time to meet the Zoomers“: studying the memefication of intergenerational politics on TikTok. *Information Communication and Society*, 24(16), 2459–2481. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1961007>

