

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, I. N., Farisi, H., & Yuliana, A. (2024). Pengaruh Pemasaran Politik Media Sosial Dan Kualitas Informasi Terhadap Niat Memilih Dengan Kepercayaan Dan Loyalitas Pemilih Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 6(1), 106–117.
- Ardi, N., & Isnayanti. (2020). Structural Equation Modelling-Partial Least Square to Determine the Correlation of Factors Affecting Poverty in Indonesian Provinces. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 846(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/846/1/012054>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modelling. In Marcoulides G. A. (Ed.). *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Uji Linear Ganda, Uji t, Uji F, R2*. Guepedia.
- de-Oliveira, M., de Almeida, C. M., & Mainardes, E. W. (2022). Politics and social media: an analysis of factors anteceding voting intention. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 19(2), 309–332. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00301-7>
- Dinashafira. (2023). *Citra Politik Ganjar Pranowo dalam Meme di Instagram @komikkitaig*. Medium. <https://medium.com/@dinashafira55/citra-politik-ganjar-pranowo-dalam-meme-di-instagram-komikkitaig-163eac73each>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi ovo*.
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Falah, Z. (2024). Peran Komunikasi Politik dalam Membentuk Citra Kandidat Pemilu. *Syntax Idea*, 5(9), 1867–1876. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i9.2876>
- Fauzi, C. (2015). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Efektivitas Sistem Informasi. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*, 126, 1–8.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, -2/E*. Badan Penerbit Undip.
- Gunawan, T. (2024). Adaptasi Logika Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik Gerindra Menjelang Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 44–60. <https://doi.org/10.31315/jik.v22i1.7914>
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224–242.

- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (758 ed., Vol. 7).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hale, M. (2023). Memahami Karakteristik Generasi untuk Pengembangan Pelayanan Berbasis Generasi di Gereja Masehi Injili di Timor. *Indonesian Journal of Theology*, 11(1), 55–87. <https://doi.org/10.46567/ijt.v11i1.296>
- Haris, S. (1997). *Struktur, Proses, dan Fungsi Pemilihan Umum, Catatan Pendahuluan dalam Pemilihan Umum di Indonesia*. (hal. 6).
- Hasan, K., Husna, A., Muchlis, M., Fitri, D., & Zulfadli, Z. (2023). Transformasi Komunikasi Massa Era Digital Antara Peluang Dan Tantangan. *JPP Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 8(1), 41–55.
- Hills, M. K. (2010). *Digital natives and immigrants: The role of student attitudes towards technology on attrition and persistence in professional military education online distance learning environments*.
- Jannah, H., & Andy Ismail. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Decision Dalam Menggunakan Eco Friendly Product. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 390–398. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.636>
- Kafka, M. K. R., Prawira, F. R., Santoso, G., Nurhasanah, H., Pramono, J., Barkah, S., & Haryanto, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Siswa Pada Pemilu. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(2), 132–141.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Leli, N., Nurhadiyah, N., Handayani, R. T., & Suhairi, S. (2023). Jurnal Mirai Management Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–444.
- Lubis, M. A., Gea, M. Y. A., & Muniifah, N. (2022). Penerapan Asas Pemilu Terhadap Electronic Voting (E-Voting) Pada Pemilu Tahun 2024. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 9(1), 44–56. <https://doi.org/10.31289/jiph.v9i1.6491>
- Mahdi, M. I. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. In *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>

- Mangngasing, N., Haryono, D., Nuraisyah, N., Nasrullah, N., & Indriani, N. (2023). Socialization Of Increasing Beginner Voter Engagement In 2024 Election In Sarjo District. *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, 2(2), 49–62. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS>
- Megasari, M. (2024). The Influence Of Party Image And Campaign On Intention To Vote Legislative Candidates In Metro City. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 5654–5663.
- Mona, N., & Pramulia, R. R. F. P. (2022). Peran Copywriter Dalam Membangun Brand Awareness Sarimi Puass Di Instagram. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1), 7. <https://doi.org/10.7454/jsht.v5i1.1019>
- Mukhammad Shobri Kamil, Ahmad Zamzamy, Didiek Tranggono, & Dyva Claretta. (2023). Penerimaan Generasi Z Surabaya Pada Karakteristik Generasi Z Dalam Iklan Gojek “Solusi Masalah Overthinking Pilih Makanan, Ada Di Video Ini!” *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 235–260. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v6i2.7662>
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (sem-pls) menggunakan smartpls*. Pascal Books.
- Ningtyas, D. A., Priskila, O., & Haikal, H. (2024). Pengaruh Personal Branding Gemoy Terhadap Keputusan Pemelihan Gen Z. *Jurnal Media Penyiaran*, 4(1), 25–31. <https://doi.org/10.31294/jmp.v4i1.4653>
- Nisa, M., Sudarno, S., & Sugito, S. (2021). Moderating Structural Equation Modeling Dengan Partial Least Square Pada Pemodelan Penerimaan Dan Penggunaan Dompot Digital Di Kota Semarang. *Jurnal Gaussian*, 10(1), 66–75. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i1.30044>
- Oktavia, H. A., Pradekso, T., & Ulfa, N. S. (2024). Pengaruh Intensitas Mengakses Akun X @Prabowo Dan Citra Politik Prabowo Subianto Pada Pemilu 2024. *Interaksi Online*, 12(3), 1169–1175. <https://fisip.undip.ac.id>
- Putri, Z. Z. A. D. S., & Fridiyanti, Y. N. (2024). Pengaruh Personal Branding Prabowo Subianto Terhadap Intensi Memilih Gen Z Pada Pemilu Tahun 2024. *Spektrum*, 21(2), 132–144.
- Putricia, N. D., Febriyanti, A. I., Puteri, N. D., Syukriya, A. R., & Puspita, A. M. I. (2024). Studi Literatur: Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers). *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial, dan Ilmu Politik*, 1(2), 74–82.
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49–63. <https://doi.org/10.24239/qaumiyah.v1i1.4>
- Rachmat, M. (2011). Women Intentions to Vote: The Effect of Personal Factor and Social Pressure (Case of Ternate Mayor Elections). *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1898581>

- Rainer, P. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Rif, H. A. A. A., Wahono, S., & Sukarno, S. (2024). Strengthening Image Of Presidential Candidates Through Political Discourse On Instagram Social Media. *Jurnal Kata*, 8(1), 154–175. <https://doi.org/10.22216/kata.v8i1.2924>
- Rozi, F. F., Normansyah, A. D., & Sjam, D. A. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Politik Pada Pemilih Pemula Pada Generasi Z. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(1), 91–100.
- Sanding, M. (2023). *Meme Jelang Pemilu, Calon Presiden dan Wapres Jadi Lucu*. Indowork.id. <https://indowork.id/2023/10/28/jelang-pemilu-calon-presiden-dan-wapres-jadi-lucu/>
- Saptiyulda, E. (2024). *Populix: 28 persen Gen Z cari informasi kandidat Pilpres di medsos*. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/3930972/populix-28-persen-gen-z-cari-informasi-kandidat-pilpres-di-medsos>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2023). Model Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Berat Media Sosial. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 12, Nomor 1, hal. 146–164).
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Sofyani, H. (2025). *Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei*. 9(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Streukens, S., & Leroi-Werelds, S. (2016). Bootstrapping and PLS-SEM: A step-by-step guide to get more out of your bootstrap results. *European Management Journal*, 34(6), 618–632. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.06.003>
- Sumarni, L. (2023). Pemilu 2024 dalam Agenda Media: Antara Simulakra, Hiperealitas, dan Kekuasaan Oligarki. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 4843–4864.
- Sumartini, Harahap, K. S., & Sthevany. (2020). Study Of Quality Control Of Tuna Loin Precooked Frozen Products Using The Likert Scale Methode In Tuna Freezing Company X. *Authentic Research of Global Fisheries Application Journal*, 2(1), 28–29.
- Sun, J., Wang, H., & Chen, J. (2020). Decision-making of port enterprise safety investment based on system dynamics. *Processes*, 8(10), 1–17. <https://doi.org/10.3390/pr8101235>
- Sutansah, O., Wibowo, J. H., & Danadharta, I. (2023). Pengaruh Pesan Politik Di Instagram @pdipsidoarjo Terhadap Citra DPC PDI Perjuangan Kabupaten Sidoarjo. In *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*, 1(1), 881–887.

- Tamrin, U., RS, A. H., Arsyad, A. A. J., Umar, N., & Kurniawan, D. (2024). Analisis Peranan Pemilih Pemula dan Pentingnya Teknologi Digital Untuk Pemilihan Umum 2024 di Indonesia (Studi Kasus: Pemilih Pemula SMA Negeri 20 Makassar). *Journal of Digital Literacy and Volunteering*, 2(2), 52–60. <https://doi.org/10.57119/litdig.v2i2.89>
- Winata, S. (2019). Politik Dan Kebijakan Pendidikan Aspek Masyarakat (Orang Tua Murid). *An-Nidhom : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 101–118. <https://doi.org/10.32678/annidhom.v4i2.4418>
- Zheng, H., Ding, P., Liu, Q., & Xing, L. (2024). Intercultural interaction willingness: a PLS-PM approach to influencing factors and its mediation effect. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03396-5>