

[SNP - 44]

Pengaruh Komunikasi Politik di Media Online terhadap Persepsi di Kalangan Pemilih Pemula

Rahman Asri^{1*}, Irwa Rochimah Zarkasi¹, Imsar Gunawan¹

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Al Azhar Indonesia,
Jalan Sisingamangaraja, Komplek Masjid Kebayoran Baru, Jakarta 12110

Penulis untuk Korespondensi/E-mail: rahman.asri@uai.ac.id

Abstract – The 2019 elections have determined Joko Widodo – K.H Ma'ruf Amin as the winner. The elections also produced DPR-MPR RI legislative members, DPD legislative members and DPRD legislative members elected at the level of their respective government administrative regions. For the DKI Jakarta area, of the 106 members of the DKI Jakarta DPRD who were officially inaugurated on Monday (26/8), there were 8 elected members who came from the Social Solidarity Party (PSI) faction, which is a new party. It is interesting to see PSI's quite aggressive political communication in online media with its influence on perceptions among first time voters. This study aims to analyze the influence of political communication in online media on perceptions among first-time voters. This study will use a quantitative approach by distributing questionnaires to respondents drawn using a convenience sampling technique. The results of this study The effect of political communication in online media (independent variable) on perceptions among young voters (dependent variable) is proven to have a positive correlation. This can be seen from the significance value of 0.000 so that it is smaller (<) than 0.05, indicating an influence, but not too large.

Keywords – Election, First Time Voters, Perception, Political Communication

Abstrak – Pemilu 2019 telah menetapkan pasangan Joko Widodo – K.H Ma'ruf Amin sebagai pemenang Pemilu juga menghasilkan anggota legislatif DPR-MPR RI, anggota legislatif DPD dan anggota legislatif DPRD terpilih di jenjang wilayah administratif pemerintahan masing-masing. Untuk wilayah DKI Jakarta, dari 106 anggota DPRD DKI Jakarta yang telah resmi dilantik pada Senin (26/8) terdapat 8 anggota terpilih yang berasal dari Fraksi Partai Solidaritas Sosial (PSI) yang merupakan partai baru. Menjadi menarik melihat komunikasi politik PSI yang cukup agresif di media online dengan pengaruhnya terhadap persepsi di kalangan pemilih pemula (*first time voters*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi politik di media *online* terhadap persepsi di kalangan pemilih pemula. Studi ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang ditarik dengan teknik penarikan sampel *convenience sampling*. Hasil penelitian ini pengaruh komunikasi politik di media online (*independent variable*) terhadap Persepsi di Kalangan Pemilih Pemula (*dependent variable*) terbukti ada korelasi yang positif. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga lebih kecil (<) dari 0,05, menunjukkan adanya pengaruh, namun tidak terlalu besar.

Kata Kunci – Komunikasi Politik, Pemilih Pemula, Pemilihan Umum, Persepsi

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan Pemilihan Umum (Pemilu) 2019 yang telah dijadwalkan pelaksanaannya selama 18 bulan terhitung 1 Oktober 2017 hingga pelantikan anggota DPRD Provinsi maupun DPRD Kota/Kabupaten ada Agustus 2019, dan pelantikan anggota DPR RI dan DPD RI serta pasangan Presiden dan Wakil Presiden RI terpilih pada Oktober 2019. Kemudian dipersingkat periode kampanye hanya 6 bulan terhitung 13 Oktober 2018 sampai 13 April 2019 yang merupakan kerja besar proses demokratisasi pada pergantian keanggotaan legislatif baik DPR/DPRD dan MPR maupun suksesi kepemimpinan baik nasional (Presiden-Wakil Presiden) maupun daerah pasangan Gubernur-Wakil Gubernur menjadi proses yang sangat penting.[1]

Pemilihan langsung 17 April 2019 lalu selain telah menetapkan pasangan Joko Widodo-K.H Ma'ruf Amin sebagai pemenang Pemilu, juga menghasilkan anggota legislatif DPR-MPR RI, anggota legislatif DPD dan anggota legislatif DPRD terpilih di jenjang wilayah administratif pemerintahan masing-masing. Untuk wilayah DKI Jakarta, dari 106 anggota DPRD DKI Jakarta terpilih dan resmi dilantik Senin (26/8) terdapat 8 anggota terpilih yang berasal dari Fraksi Partai Solidaritas Sosial (PSI) yang merupakan partai baru. Meskipun pendatang baru, 8 anggota legislatif perwakilan PSI bertekad membawa perubahan untuk wajah Jakarta.[2]

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sebagai partai baru mengaku puas dengan hasil perolehan kursi yang didapatnya pada Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) DKI Jakarta untuk periode 2019-2024 (PSI sebagai partai baru telah berhasil memperoleh total suara mencapai 404.508). Menurut Idris Ahmad, anggota DPRD DKI Jakarta terpilih periode 2019-2024 dari PSI hasil tersebut menunjukkan masyarakat sebenarnya banyak yang percaya dan memberikan amanah kepada wakil rakyat dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Untuk menjawab kepercayaan masyarakat tersebut, para anggota dewan dari PSI akan menerapkan transparansi, keterbukaan, dan masyarakat bisa memberi penilaian dan masukan secara langsung kepada anggota dewan tersebut. Jadi, masyarakat bisa tahu kerjaan harian anggota DPRD apa, pertanggungjawabannya kegiatannya seperti apa, dan apa yang kami lakukan.[3]

Kemenangan Joko Widodo – K.H Ma'ruf pada Pemilu 2019 merupakan periode kedua untuk

Presiden Jokowi (sebelumnya pada 2014 terpilih Joko Widodo-Jusuf Kalla), ditandai juga dengan munculnya partai-partai baru dari total 16 partai politik yang menjadi kontestan. Diantara partai politik peserta Pemilu 2019, ada 4 partai baru yaitu: Partai Persatuan Indonesia (Perindo), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Berkarya, dan Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda).[4] Untuk juga menjadi catatan, pada Pemilu 2019 adanya 'bonus demografi' dimana generasi muda sebagai pemilih pemula (*first time voters*) cukup besar. Maka banyak partai politik pada Pemilu 2019 berusaha menargetkan target pemilihnya ke kalangan pemilih muda (*first time voters*) untuk memperoleh suara mereka sebagai bentuk dukungan, Pada Pemilu 2019. sekitar 30% - 40% adalah pemilih pemula dari total seluruh pemilih.[5] Beberapa faktor tersebut menjadi pertimbangan dilakukan topik penelitian yang mengaitkan dengan Pemilu 2019 beberapa waktu lalu.

Proses demokrasi yang berlangsung menjadi sangat penting dan harus diimbangi dengan partisipasi politik warganegara dengan menggunakan hak pilih yang dimilikinya. Sehingga nantinya pemerintahan hasil dari Pemilu akan memiliki legitimasi yang kuat untuk diakui (*legitimated*). Partisipasi politik adalah substansi atau inti dari demokrasi, karena tidak ada demokrasi tanpa partisipasi. Menurut Nyarwi Ahmad, pada Pemilu 2019 sedang terjadi ledakan partisipasi dan dari pengamatannya terlihat juga dari banyak konten media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan media lainnya berisi bahasan yang berkaitan dengan konten politik [6]. Media sosial dalam dunia politik telah memberikan ruang kepada pengguna untuk menyuarakan pikiran dan opininya dalam proses demokratisasi dengan menyampaikan kritik terhadap kebijakan, dan menyikapi secara virtual dalam menanggapi permasalahan yang dihadapi masyarakat.

Penggunaan media sosial untuk membagikan informasi, juga merupakan salah satu bentuk transformasi dari penggunaan media konvensional kedalam media baru. David Winston berpendapat, teknologi digital adalah cara terbaik untuk mengkomunikasikan ide-ide, sementara demokrasi adalah cara terbaik untuk mewujudkan ide-ide tersebut. Maka menjadi sangat layak jika politik virtual harus diperhitungkan dalam era demokrasi digital yang begitu pesat perkembangannya hingga saat ini.[7]

Dengan perkembangan di era digital saat ini, dimana segala informasi kini dapat diperoleh semua dengan

cukup mudah dan satu diantaranya informasi yang berkaitan dengan dinamika politik. Peran media sosial yang memiliki kekuatan dalam penyebaran informasi menjadi pilihan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan melakukan tindakan yang dikehendaki oleh penyebar pesan. Sebaran pengguna media sosial lebih luas dan tidak terikat oleh status sosial, ekonomi dan politik, pada saat bersamaan media konvensional dominasinya semakin memudar. Dan media sosial merupakan pendukung jaringan komunikasi politik dalam proses demokrasi yang berjalan saat ini.[8] Kondisi keterbukaan informasi dan akses media internet haruslah dapat dimanfaatkan dengan baik oleh partai politik maupun politisi untuk memberikan informasi berkaitan visi, misi dan program kerja serta prestasi agar masyarakat pemilih tertarik menentukan pilihan sesuai yang diharapkan.[9] Dari berbagai informasi yang diterima masyarakat tersebut maka akan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat khususnya pemilih pemula.

Dengan latar belakang tersebut menjadi menarik untuk melakukan sebuah studi yang mengkaji pengaruh komunikasi politik di media online terhadap persepsi di kalangan pemilih pemula dengan mengambil berita media online yang memberitakan politisi muda dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Signifikansi teoritis dalam penelitian ini adalah, karena penelitian mengkaji pengaruh komunikasi politik terhadap persepsi pemilih pemula diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan kajian komunikasi politik khususnya di media online. Signifikansi praktis dari hasil penelitian ini diharapkan mampu dimanfaatkan oleh tokoh politik, individu lain ataupun kelompok masyarakat untuk menciptakan komunikasi politik yang efektif.

Pengertian Komunikasi politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah. Menurut Rush dan Althoff, komunikasi politik sebagai proses dimana informasi yang relevan diteruskan dari suatu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan diantara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik.[10] Gabriel Almond berpendapat komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. Dalam pandangan Miriam Budiardjo, komunikasi politik merupakan salah satu fungsi partai politik, yakni menyalurkan aneka ragam pendapat serta aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa

‘penggabungan kepentingan’ dan perumusan kepentingan’ untuk diperjuangkan menjadi kebijakan politik.[11] Secara umum komunikasi politik bisa dipahami sebagai sebuah ‘proses penyampaian pesan’ yang dihubungkan dengan aspek politik dan problematika yang ada di dalam sistem politik yang berjalan. McNair memberi batasan komunikasi politik sebagai berikut:

Semua bentuk komunikasi yang digunakan oleh politisi dan aktor atau pelaku politik lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan; Komunikasi yang disampaikan oleh aktor atau pelaku politik non-politisi seperti pemilih (*voters*) dan kolumnis; komunikasi mengenai para aktor atau pelaku politik dan aktivitasnya, seperti pada berita, editorial dan bentuk lainnya dari media politik. Menurut McNair berpendapat dalam tulisannya, ada 3 elemen dalam kajian komunikasi politik: (1) organisasi politik, organisasi publik, kelompok penekan, kelompok teroris, dan pemerintahan, (2) media, dan (3) masyarakat. Semua elemen komunikasi politik itu menurut McNair akan digunakan oleh politikus dalam pelaksanaan aktivitas politiknya.[12] Media massa sebagai saluran dan instrument komunikasi dinilai paling menarik dan berpengaruh besar dalam proses komunikasi politik. Saluran komunikasi melalui media massa dinilai paling efektif baik itu media cetak, media elektronik hingga media yang menggunakan jejaring internet. Para politisi maupun pihak-pihak yang memiliki kepentingan akan menggunakan media massa dalam penyampaian pesan, mempengaruhi publik, dan sebagainya. Penggunaan media digital saat ini telah membuka ruang komunikasi dan partisipasi politik dengan meningkatkan peluang interaksi antara elemen partai dan institusi negara (*elite*) dengan warga negara (*non-elite*). Hal tersebut karena internet sebagai media baru memiliki karakteristik yang interaktif, aktif dan kreatif, langsung, menjamin kesetaraan dan berjejaring.[13] Menguatkan pandangan tersebut, peran positif Internet selama 25 tahun terakhir dalam proses demokrasi: membuka ruang pertukaran dan konfirmasi informasi, mendorong debat publik dan formasi deliberasi serta partisipasi warga dalam pengambilan keputusan politik.[14]

Proses komunikasi politik ini berlangsung di masyarakat dalam berbagai kesempatan dimanapun yang memungkinkan pertukaran informasi diantara individu-individu dengan kelompok-kelompoknya. Di dalam kehidupan bernegara, setiap individu memerlukan informasi terutama mengenai kegiatan masing-masing pihak sesuai dengan fungsi dan peranannya.

Persepsi adalah suatu proses yang dialami seseorang dalam memahami informasi-informasi di lingkungan sekitar, melalui indera penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Persepsi terbentuk karena adanya suatu rangsangan yang diorganisasikan kemudian diberi interpretasi menurut pengalaman, budaya dan tingkat pengetahuannya.[15] Menurut Jalaluddin Rakhmat, “persepsi adalah suatu pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan menafsirkan pesan”. Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya baik lewat penglihatan, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci dalam memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.[16]

Deddy Mulyana membagi persepsi menjadi dua: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Perbedaan kedua hal tersebut, sebagai berikut:[17]

Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan non-verbal. Manusia lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.

Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan dan sebagainya). Pembahasan persepsi secara konsep menjadi 3 aspek : kognitif, afektif, dan konatif (*behavior*). Aspek kognitif, merupakan komponen berhubungan dengan pengetahuan dan kepercayaan. Sedangkan aspek afektif, merupakan komponen yang berhubungan dengan perasaan. Dan aspek konatif (*behavior*) merupakan komponen yang berhubungan dengan perilaku atau tindakan (action). yang menggambarkan mental proses dari hasil interaksi antara kognitif and afektif aspek dan merupakan tindakan untuk melakukan sesuatu pada periode tertentu.[18] Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi politik di media online terhadap persepsi di kalangan pemilih pemula.

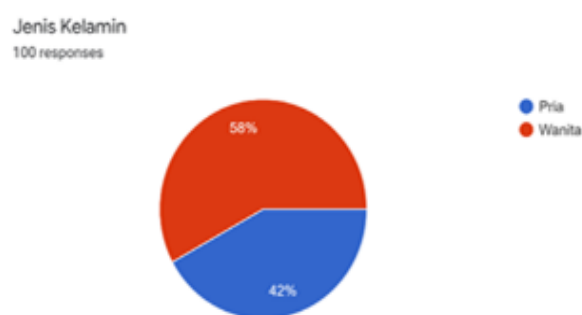
METODE

Penelitian ini didesain sebagai penelitian survei deskriptif eksplanatori, kuesioner disebarikan pada bulan Juli-Agustus (3 Juli-16 Agustus) yang direspon sebanyak 131 orang responden. Setelah dilakukan membersihkan data (*data cleaning*) dengan memilih kriteria responden yang telah ditetapkan (pemilih pemula, sudah memiliki hak pilih dan telah menggunakannya pada Pemilu 2019 dan responden juga aktif menggunakan media online di Jabodetabek) maka terpilih 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari total 100 responden yang memberikan jawaban berdasarkan jenis kelamin, terlihat pada Gambar 1. Responden berdasarkan jenis kelamin, proporsi responden wanita (58,0%) lebih besar dibandingkan responden laki-lakinya (42,0%).

Sementara karakteristik responden berdasarkan usia pada Tabel 1. Responden berdasarkan Usia, secara interval usia 20-24 tahun cukup dominan sebanyak 87 responden (87,0%). dari total 100 orang responden, sementara usia yang di bawah 20 tahun (8,0%) dan kemudian interval usia 25-27 tahun (5,0%). Melihat komposisi usia reponden demikian, teridentifikasi pemilih pemula yang menjadi responden penelitian besar kemungkinan statusnya mahasiswa pada posisi usia muda yang sedang menjalankan perkuliahan di perguruan tinggi.



Gambar 1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentasi (%)
<20 tahun	8	8.0
20-24	87	87.0
25-27	5	5.0

Sumber Informasi Tentang Pemilu 2019

Sumber informasi Tentang Pemilu 2019, jawaban responden bersumber dari media online sebesar 77.8%, informasi televisi 20.2% dan sumber lainnya 2.0% bisa berupa baliho, spanduk, poster, stiker, dan bentuk atribut lain yang biasa digunakan dalam kampanye. Gambar 2 merupakan data sumber informasi pemilu.



Gambar 2. Sumber Informasi Tentang Pemilu 2019

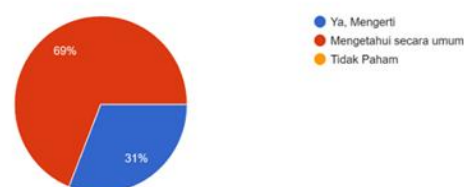
Tabel 2 merupakan detail media sebagai sumber informasi responden mendapatkan informasi Pemilu 2019

Tabel 2. Media Sumber Informasi Pemilu 2019

Media sosial	Media online	Media televisi, streaming
instagram twitter line today whatsapp	Tempo.co, detik.com, kompas.com, kumparan, CNNIndonesia, IDN, Kompasiana, Tirto.id, JawaPos.com, tribune, BBC Indonesia, e- paper, website media, google.	TvOne, liputan6, tvpemilu, iNews Narasitv, youtube

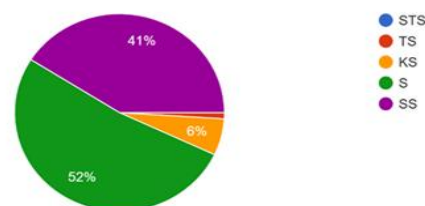
Sumber Informasi terkait Pemilu 2019 media yang menjadi sumber diantaranya media social (Instagram, twitter, line today, whatsapp), berita online (tempo, detik, kumparan, Kompas, CNNIndonesia, IDN, Tirto, Jawa Pos, Tribune, BBC Indonesia, google, e-paper), dan televisi/streaming (tvone, liputns6, tvPemilu, i-News, Narasitv, youtube).

. Apakah anda memahami sistem pemilihan langsung dalam Pemilu 2019 yang lalu ?
100 responses



Gambar 3. Jawaban terhadap pertanyaan “Apakah memahami Sistem Pemilihan Langsung Pemilu 2019”
Gambar 3 merupakan jawaban untuk pertanyaan “Apakah memahami Sistem Pemilihan Langsung pada Pemilu 2019” Jawaban responden cukup menggambarkan dampak terpaan informasi yang berkaitan dengan Pemilu 2019 dimana responden yang menjawab mengetahui secara umum 69.0% dan untuk yang menjawab mengerti 31.0%, sedangkan jawaban yang tidak paham tidak ada (0%).

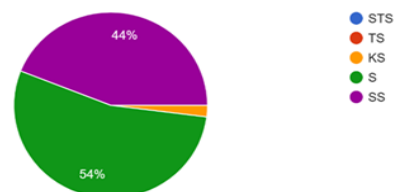
Saya mengerti pentingnya pemilu
100 responses



Gambar 4. Jawaban terhadap pertanyaan “Saya Memahami Pentingnya Pemilu ”

Untuk jawaban pertanyaan Saya Memahami Pentingnya Pemilu“ jawaban responden terkait pentingnya Pemilu yang menjawab setuju 52.0%, sangat setuju (41.0%), kurang setuju (6.0%) dan tidak setuju (1.0%). Sedangkan pada Gambar 5. pemahaman akan pentingnya keikutsertaan sebagai pemilih dalam Pemilu jawaban responden sama kuatnya dimana jawaban setuju (54.0%), sangat setuju (44.0%), kurang setuju (2.0%) seperti terlihat pada Gambar 5:

Saya mengerti pentingnya keikutsertaan saya sebagai pemilih pada Pemilu
100 responses



Gambar 5. Jawaban “Saya mengerti pentingnya keikutsertaan sebagai pemilih dalam Pemilu”

Dari data-data tersebut dapat disimpulkan kesadaran responden sudah baik dalam memahami dan mengerti sistem demokrasi sebuah negara yang

diselenggarakan dalam bentuk Pemilihan Umum (Pemilu).

Pengaruh komunikasi politik di media online terhadap persepsi di kalangan pemilih pemula

Berkaitan uji korelasi yang dilakukan pengaruh komunikasi politik di media online (*variable independent*) terhadap persepsi di kalangan pemilih pemula (*dependent variable*) berikut hasil uji regresinya.

Tabel 2. Hasil pengujian Cronbach's Alpha

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.524a	.174	.267	6.052

a. Predictors: (Constant),

Dari hasil uji hubungan antar variabel dengan uji regresipaga Tabel 2. di atas, terlihat ada pengaruh variabel Komunikasi Politik di Media Online (*independent*) terhadap Persepsi Pemilih Pemula (*dependent*). Hal ini terlihat dari kontribusi faktor Pengaruh Komunikasi Politik di Media Online terhadap Persepsi Pemilih Pemula sebesar 27%. Sementara dari hasil uji regresi terlihat nilai signifikansinya sebesar 0,001 dimana nilai ini lebih kecil (<) dari nilai ambang toleransi sebesar 0.05, maka terbukti bahwa faktor komunikasi politik sebagai variabel bebasnya memberikan dampak terhadap faktor persepsi sebagai variabel terikatnya, meskipun dampak atau pengaruhnya masih sangat kecil.

Berkaitan kecilnya pengaruh bisa karena dipengaruhi penyebaran kuesioner melalui online menggunakan google form, sehingga mungkin terjadi bias dalam pengisian yang merupakan salah satu kelemahan jika menggunakan metode online. Selain itu, variable bebasnya terlalu luas sehingga bisa banyak faktor yang mempengaruhi jawaban yang diberikan oleh responden.

KESIMPULAN

Pengaruh komunikasi politik di media online terhadap persepsi di kalangan pemilih pemula terbukti ada korelasi yang positif antara Variabel X: Pengaruh Komunikasi Politik di Media Online (*independent variable*) terhadap Variabel Y: Persepsi Di Kalangan Pemilih Pemula (*dependent variable*). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 sehingga lebih kecil (<) dari

0,05, menunjukkan adanya pengaruh, namun tidak terlalu besar .

Saran akademis dari hasil penelitian ini, peran media online yang semakin dirasakan dan sangat berpengaruh saat ini termasuk dalam komunikasi politik menjadi sangat strategis untuk lebih dikaji lebih dalam untuk mengeksplorasi perannya dalam sebuah proses politik.

Hal lain peran pemilih pemula (kalangan muda) akan menjadi obyek kajian menarik dalam sebuah dinamika politik sebuah negara yang melaksanakan proses demokratisasi melalui Pemilu dengan beragam tema menjadi ranacangan penelitian untuk melanjutkan penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih Lembaga Penelitian, Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (LPIPM) Universitas Al-Azhar Indonesia (UAI) untuk pendanaan hibah Competitive Research Grant (CRG) ini sehingga bisa terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- [1] KPU. Tahapan pada Pemilu [Internet]. KPU. 2019. [cited 24 January 2018]. Available from: <https://datapemilu.kpu.go.id/>
- [2] Hanifah. S, "Baru Masuk DPRD DKI Jakarta, Ini Gebrakan PSI" <https://www.merdeka.com/jakarta/baru-masuk-dprd-dki-jakarta-ini-gebrakan-psi.html>
- [3] Carina. J, "Puas Raih 8 Kursi, Anggota DPRD DKI Terpilih dari PSI Janji Kerja Transparan", <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/08/13/17283251/puas-raih-8-kursi-anggota-dprd-dki-terpilih-dari-psi-janji-kerja>
- [4] Putri, R.S. Empat Partai Baru di Pemilu 2019 dan Kekuatan Pendorinya [Internet]. Tempo. 2018. [cited 19 Februari 2018] Available from: <https://nasional.tempo.co/read/1062006/empat-partai-baru-di-pemilu-2019-dan-kekuatan-pendorinya>
- [5] Ery, "Diakui Pakar Komunikasi Politik, Saat Ini Terjadi Ledakan Partisipasi Politik" <https://beritabuana.co/2018/08/31/diakui-pakar-komunikasi-politik-saat-ini-terjadi-ledakan-partisipasi-politik/>
- [6] Pramono, F.S, "Politik Virtual Era Demokrasi Digital" <https://lifestyle.sindonews.com/read/1281165/>

- 165/politik-virtual-era-demokrasi-digital-1518318189
- [7] Redaksi, "Pemilih Pemula Bukan Sekedar Memilih", *Tabloid Komunika*, Tahun X Maret 2014 Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia pp. 2. Paper dalam jurnal
 - [8] Susanto. E.H, Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik, *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3 (3), 2017, pp. 379-398.
 - [9] Wahyudi. V, Politik Digital Di Era Revolusi Industri 4.0 "Marketing & Komunikasi Politik", *Politea: Jurnal Politik Islam* Vol.1 (2), 2018, pp. 149-168.
 - [10] Wahid. U, *Komunikasi Politik: Perkembangan Teori Dan Praktek*, Bekasi: Penerbit WM Komunika, 2012, pp. 12-15.
 - [11] Budiardjo. M, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, 2008, pp. 403-405.
 - [12] Wahid. U, *Komunikasi Politik: Perkembangan Teori Dan Praktek*, Bekasi: Penerbit WM Komunika, 2012, pp. 14-16.
 - [13] McNair. B, *An Introduction to Political Communication (Second Edition)*, New York: Routledge, 1999, pp. 4-5.
 - [14] Hasfi. N, *Komunikasi Politik Di Era Digital*. *POLITIKA, Jurnal Ilmu Politik* Vol.10 (1), 2019, pp. 93-111.
 - [15] Hafied. C, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, pp. 162.
 - [16] Rakhmat. J, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, pp. 51.
 - [17] Mulyana. D, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000, pp. 171.
 - [18] Pike, S., & Ryan, C. Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective and conative perceptions. *Journal of Travel Research*, 42 (4), 2004, pp. 333-342.