

# Peran Media Sosial Sebagai Sarana Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi Utara

Celciane Meykristi Kuada<sup>a,1,\*</sup>, Ventje Tamowangkay<sup>b,2</sup>, Trilke Tulung<sup>b,3</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Ilmu Politik Unsrat

<sup>b</sup>Program Studi Ilmu Politik Unsrat

<sup>b</sup>Program Studi Ilmu Politik Unsrat

<sup>1</sup> celcianekuada4558@gmail.com\*

## ABSTRAK

Maraknya penggunaan media sosial di era ini tidak hanya diminati oleh sejumlah masyarakat akan tetapi telah menarik perhatian sejumlah partai politik untuk dapat menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Hal ini menjelaskan bahwa penggunaan media sosial juga dapat menjadi suatu wadah atau media politik. Dalam dunia politik penggunaan media sosial juga dapat menjadi salah satu ajang bagi partai politik baru untuk dapat memperkenalkan partainya kepada masyarakat. Marketing politik merupakan serangkaian aktivitas terencana, taktis, berdimensi jangka panjang dalam menyebarkan makna politik kepada pemilih. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Peran Media Sosial sebagai Sarana Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Peran Media Sosial sebagai sarana marketing politik partai Solidaritas Indonesia provinsi Sulawesi utara mampu membawa pengaruh terhadap peningkatan elektabilitas Partai, Media sosial membantu DPW PSI Sulut dalam menjangkau masyarakat secara luas, juga dapat menjadi wadah bagi masyarakat dalam mengirimkan pesan kepada masyarakat

### Kata Kunci:

Peran  
Media Sosial  
Marketing Politik  
PSI

## 1. Pendahuluan

Dalam dunia politik penggunaan media sosial juga dapat menjadi salah satu ajang bagi partai politik baru untuk dapat memperkenalkan partainya kepada masyarakat. Marketing politik merupakan serangkaian aktivitas terencana, taktis, berdimensi jangka panjang dalam menyebarkan makna politik kepada pemilih (Nursal, 2004). Tujuannya untuk membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, dan orientasi perilaku pemilih, agar menjatuhkan pilihannya pada kandidat atau partai tertentu secara konsisten. Dalam konteks aktivitas politik, pemasaran politik yang dimaksudkan adalah penyebarluasan informasi tentang kandidat, partai, dan program yang dilakukan oleh aktor politik melalui saluran-saluran komunikasi tertentu yang ditujukan kepada sasaran tertentu dengan tujuan mengubah wawasan, pengetahuan dan perilaku pemilih.

Marketing politik melalui media sosial dimasa sekarang merupakan salah satu teknik marketing yang efektif digunakan oleh sejumlah aktor politik maupun partai politik yang ada di Indonesia terlebih bagi partai politik baru, karena media sosial dapat mempermudah dalam penyebarluasan informasi yang berkaitan dengan partai politik tersebut. Oleh karena itu penelitian ini membahas tentang bagaimana peran media sosial sebagai sarana marketing politik partai solidaritas Indonesia, yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu Partai Solidaritas Indonesia (PSI) di wilayah Sulawesi Utara.

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) adalah partai politik di Indonesia yang baru didirikan pada tanggal 16 november 2014, setelah gelaran pemilu tahun 2014. PSI secara keseluruhan merupakan partai politik yang cenderung mengambil target partisipan dari kalangan kaum muda yang berusia dibawah 40 tahun dan juga kaum perempuan. hal itu disebabkan karena PSI memiliki visi-misi yang berkemajuan, serta mempunyai ide baru, gagasan baru, dan cara-cara yang baru dalam menjalankan aktivitas politiknya. Bahkan PSI dikenal sebagai salah satu partai yang memiliki gaya komunikasi khas anak muda.

Sebagai partai politik yang terbilang baru, PSI di wilayah Sulawesi utara gencar menggunakan media digital seperti Televisi, dan platform media sosial seperti Facebook, Twiter, Instagram dan



Youtube untuk melakukan proses komunikasi politiknya. Proses komunikasi yang dilakukan Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PSI Sulut melalui media sosial dengan menggunggah setiap aktivitas-aktivitas politik yang dilakukan oleh PSI. Melalui media sosial tersebut DPW PSI memperoleh dampak yang cukup besar terhadap partainya dan mampu menaikan elektabilitas partainya. Hal ini menjadi bukti bahwa media digital maupun media sosial memiliki peran yang penting dalam perluasan politik. Gennaro (2006, hlm.299) dalam studi literturnya mengatakan bahwa internet dapat memiliki dampak yang signifikan pada perluasan politik. Hal tersebut tentunya dapat mendorong partisipasi masyarakat serta dapat membuka saluran informasi sehingga lebih mudah diakses.

Dengan kehadiran media sosial telah memudahkan DPW PSI untuk menjangkau masyarakat secara luas. Terlebih PSI kerap menyasar kaum milenial itulah mengapa hal ini di katakan sangat cocok apabila PSI menggunakan pendekatan komunikasi politiknya melalui media sosial. Selain itu, cara ini pula sesuai dengan lingkungan anak muda dan menjadi sebuah warna baru dalam dunia politik di Indonesia. selain mengalami peningkatan elektabilitas, PSI juga telah memiliki ciri khas yang muda, segar, dan semangat membawa perubahan bagi Indonesia.

#### *Penelitian Terdahulu*

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memp erkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menegaskan penelitian, posisi penelitian dan sebagai teori pendukung guna menyusun konsep berpikir dalam penelitian. Meskipun terdapat keterkaitan pembahasan, penelitian ini masih sangat berbeda dengan penelitian terdahulu. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, antara lain:

- 1). Jurnal Nina Adriana “Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial Sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik Untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y Dan Z): Studi Kasus Pdi-P Dan Psi” Penelitian ini fokus pada bagaimana partai politik, PDI-P dan PSI, memandang media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi politik untuk menjangkau pemilih, khususnya generasi milenial dan Z. metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi kepustakaan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu adanya perbedaan pandangan dari kedua partai politik yaitu PDI-P dan PSI dimana Penggunaan media sosial dalam perspektif PDI-P masih sebatas branding atau media iklan politik. Bagi PDI-P komunikasi dengan masyarakat masih tetap lebih efektif dengan tatap muka. Sedangkan PSI menganggap bahwa penggunaan media sosial adalah cara yang tepat sebagai saluran komunikasi yang mampu memberikan ruang kemudahan dalam membangun image positif terhadap partai melalui iklan politik, tetapi mereka melihat dan menjalankan prinsip komunikasi dua arah antara partainya dengan masyarakat di dunia maya.
- 2). Jurnal: Diyah Mustika Anggraeni dan Sunarso “Persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial dan partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020” Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh yaitu Persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemilih pemula mendapatkan sumber informasi pemilihan kepala daerah dari media sosial, yang artinya media sosial menjadi salah satu elemen pendukung untuk menyukseskan pemilihan kepala daerah.
- 3). Skripsi, Rosnaeni “Pemasaran Politik Melalui Media Sosial (Studi: Perilaku Pemilih Pemula Terhadap Pemasaran Politik Calon Gubernur Sulawesi Selatan Tahun 2018)” tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk Mengetahui Bagaimana Perilaku Pemilih Pemula di Media Sosial Terhadap Pemasaran Politik Calon Gubernur Sulsel Tahun 2018 metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu marketing politik melalui media sosial dapat mempengaruhi perilaku pemilih terutama dikalangan anak muda dan mudah untuk menyasar target partisipan yang di tentukan.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, Penelitian ini di fokuskan pada Peran Media sosial sebagai sarana marketing politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi utara. Dengan memperhatikan bagaimana media sosial digunakan sebagai media informasi, media sosial dalam memberikan feedback, penggunaan Bahasa dimedia sosial, dan media sosial sosial sebagai pengembangan fokus, hal ini sesuai dengan Teori kekayaan media (Media Richness Theory). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yakni: Wawancara, Observasi dan Studi Dokumen. Teknik analisa data menggunakan teknik: reduksi, display data dan Penyimpulan.

## 3. Pembahasan

### a. Peran Media Sosial Sebagai Sarana Marketing Politik

Di era digital saat ini media sosial menjadi salah satu media yang banyak dimintai oleh sejumlah masyarakat karena informasi yang di sampaikan media sosial lebih mudah diakses oleh kalangan masyarakat. Tidak hanya menjadi media hiburan tetapi media sosial dimasa ini telah banyak digunakan sebagai sarana marketing politik karena dianggap akan lebih efektif dalam penyebarluasan informasi.

Sekarang kita sudah ada di era digital terutama dimana kaum-kaum milenial banyak yang menggunakan kecanggihan teknologi dalam mencari informasi, jadi segala sesuatu yang sekarang dicari anak-anak muda sudah bersumber dari media, baik itu platform yang menggunakan media facebook, Instagram, youtube dan sebagainya, jadi pada dasarnya media ini banyak digunakan. Sehingga terkait dengan marketing politik itu menjadi instrument yang sangat baik untuk menyampaikan ide, gagasan-gagasan politik, atau partai politik yang ingin memberikan kampanye melalui media sosial itu sangat menguntungkan dan efektif bagi partai politik itu sendiri. (Wawancara Bersama Axel Sasela sebagai tokoh pemuda di desa pada 8 mei 2023).

Media sosial dapat memberikan keuntungan yang besar terhadap partai politik terlebih bagi partai politik yang terbilang baru untuk meningkatkan elektabilitas partainya, dan menambah Branding Partai politik tersebut.

Marketing politik yang dilakukan melalui media sosial dapat menambah kedikenalan masyarakat terhadap kandidat politik karena masyarakat dapat melihat kinerja mereka walaupun tidak secara langsung, melalui media sosial kandidat-kandidat politik tersebut dapat mengunggah aktivitas mereka di media sosial sehingga masyarakat bisa menilai kinerja mereka. (Wawancara Bersama Catlien Kuada sebagai anak muda yang baru terdaftar sebagai pemilih pemula. Wawancara dilakukan pada 15 Mei 2023).

Dalam mempromosikan partai politik atau program kerja yang akan dijalankan oleh kandidat politik melalui media sosial, konten yang di unggah harus dapat di pahami oleh kalangan masyarakat, dan konten tersebut dibuat dengan semenarik mungkin untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap konten politik yang unggah.

Saya setuju jika media sosial dijadikan media untuk mempromosikan hal-hal yang berkaitan dengan politik, akan tetapi setiap actor atau komunikator yang mengunggah postingan-postingan tersebut harus memperhatikan hal-hal yang lain, misalnya Bahasa yang digunakan, maksud dari konten yang dibuat, siapa sasaran yang dituju dari konten tersebut. (wawancara Bersama St. Kurnia, sebagai mahasiswa fispol unsrat, pada 15 Mei 2023).

Marketing Politik di media sosial dapat mempermudah masyarakat dalam mengetahui informasi mengenai aktivitas Politik yang dilakukan oleh kader partai politik atau kandidat calon dari partai politik.

Media sosial mempermudah kami masyarakat dalam meilhat bahkan menilai setiap kandidat calon perwakilan partai yang akan ikut serta dalam kontestasi politik, tentunya itu strategi yang baik, karena perkembangan media sosial semakin hari semakin meningkat, dan sangat mudah diakses sehingga memudahkan tersebarnya Informasi.-Ujar Frety Saluan dalam wawancara yang dilaksanakan pada 20 Mei 2023

Media Sosial Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PSI Sulawesi utara.

Dalam menganalisa tentang penggunaan media sosial oleh partai Solidaritas Indonesia di wilayah Sulawesi Utara, penyebarluasan informasi atas aktivitas politik yang dilakukan oleh DPW PSI sesuai dengan teori kekayaan media atau Media Richness Theory, maka peneliti menyusun hasil penelitian dengan 4 aspek dari teori kekayaan media yaitu : (1) kemampuan untuk

mengirimkan banyak informasi (2) kemampuannya untuk memberikan umpan balik (Feedback) (3) kemampuannya dalam penggunaan bahasa alami atau percakapan dan (4) Pengembangan fokus.

Peneliti menemukan bahwa penggunaan media sosial sangat efektif sebagai media pemasaran politik yang digunakan oleh partai Solidaritas Indonesia di wilayah Sulawesi utara. Terlebih Partai ini merupakan partai politik yang memasang target partisipan dari kalangan anak muda. Pendekatan melalui media sosial adalah langkah yang tepat. Platform media sosial yang paling aktif digunakan oleh DPW PSI Sulawesi Utara yaitu Instagram, Facebook, dan Twitter. Selain itu tidak hanya akun khusus milik partai yang aktif mengunggah aktivitas DPW PSI tetapi semua kader DPW PSI juga aktif di media sosial.

b. Kemampuan Media dalam Mengirimkan banyak Informasi.

Dewan Pimpinan Wilayah PSI Sulawesi Utara yang diketuai oleh Melky J. Pangemanan merupakan partai politik yang sangat aktif dalam menggunakan media sosial sebagai media untuk menyebarkan Informasi politik kepada Publik, melalui Platform media sosial seperti Instagram dan Facebook.

Dalam proses penggunaan media sosial oleh DPW PSI, perlu adanya koordinasi dari tingkatan DPP sampai di tingkat Ranting. Platform media sosial DPW PSI Sulut di kelola dengan profesional dan terintegrasi dengan pengelolaan media sosial di tingkat pusat.

“PSI sejak awal berdiri sudah mendapat arahan dari DPP untuk semua platform media sosial harus dikelola secara professional, dan sampai hari ini aktivitas politik di media sosial PSI itu aktif setiap hari. Di wilayah kami, di Sulawesi Utara akum media sosial kami sebetulnya terintegrasi dengan pengelolaan media sosila yang ada di tingkatan DPP, sehingga semua informasi yang turun ke masyarakat itu lebih terarah dan sasarannya tepat” (wawancara Bersama ketua DPW PSI Sulawesi utara, pada 3 Mei 2023).

Selanjutnya Melky Pangemanan menambahkan bahwa pada tahun 2019 penggunaan media sosial oleh DPW PSI bertujuan untuk meningkatkan kedikenalan partai sebagai partai politik baru dan partai politik yang membawa DNA partai yang anti korupsi dan intoleransi kepada masyarakat.

DPW PSI memanfaatkan media sosial sebagai media informasi yang lebih cepat dan mudah di akses oleh masyarakat, tidak hanya di tingkat instansi partai tetapi setiap kader PSI memiliki akun media sosial yang aktif, sehingga masyarakat dapat memberikan aspirasi bahkan informasi yang tengah terjadi di lingkungan masyarakat melalui pesan langsung di media sosial ataupun melalui kolom komentar yang ada di setiap postingan.

c. Kemampuan Media dalam memberikan feedback pesan

Media sosial yang digunakan oleh DPW PSI Sulut melalui Platform Instagram, dan Facebook, tidak hanya menjadi media untuk mempromosikan partai namun media sosial PSI menjadi media dalam menerima aspirasi, pesan bahkan kritik dari Masyarakat. semua informasi yang dikeluarkan ke publik bisa diakses oleh media sosial PSI dapat diakses oleh siapapun.

Melky J. Pangemanan selaku ketua DPW PSI Sulut yang saat ini menduduki kursi di DPRD Provinsi dan sebagai anggota komisi I bidang pemerintahan berusaha untuk dapat merespon langsung dengan baik atas semua Pesan balik yang diterima PSI dari public, hal ini mendukung proses marketing politik yang dilakukan oleh DPW PSI di media sosial.

Siapapun bisa mengakses konten yang diposting di akun media sosial kami, dan saya selaku anggota DPRD dari fraksi partai PSI siap menerima pengaduan masyarakat, oleh karena itu pemanfaatan media sosial kami gunakan agar masyarakat yang berada di wilayah jauh dari lingkungan kantor DPRD tidak perlu dating ke kantor tapi bisa memberikan pengaduan melalui akun media sosial saya atau media sosial milik PSI.

Kemampuan Media dalam menggunakan Bahasa alami dan percakapan.

Dalam melakukan marketing politik melalui media sosial penggunaan Bahasa menjadi hal yang perlu diperhatikan, bahasa yang benar dan baik dapat menciptakan situasi yang interaktif antara partai politik atau aktor politik dengan masyarakat. Bahasa yang digunakan harus bisa dipahami dan mudah diterima oleh masyarakat.

PSI sebagai partai politik yang melakukan pendekatan kepada anak-anak muda melalui media sosial menggunakan Bahasa-bahasa yang dekat dengan jiwa anak muda.

Sekalipun konten kami berisi tentang politik, tapi sebisa mungkin kami mengolah kata-kata yang kami unggah sesuai dengan gaya anak muda yang ada. Agar setiap konten baik itu konten

edukasi, atau konten-konten promosi partai kami menggunakan Bahasa yang bisa dipahami oleh anak muda (Dalam wawancara Bersama Bpk. Melky Pangemanan).

d. Media Sosial sebagai Pengembangan fokus.

Sebagai salah satu partai politik yang memperoleh kursi di DPRD Provinsi Sulawesi Utara, DPW PSI Sulut menjalankan tugasnya dalam pengawasan APBD dan mengawasi jalannya pemerintahan yang ada di Sulawesi Utara, terlebih Fraksi dari DPW PSI Sulut menduduki kursi sebagai anggota komisi I bidang pemerintahan hal ini dapat memberikan peluang bagi DPW PSI untuk terus melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui media sosial. Media sosial dapat meningkatkan hubungan personal dengan publik.

Selaku anggota DPRD dari fraksi Partai PSI tentunya media sosial mempermudah saya untuk bisa dekat dengan masyarakat, dan setiap aktivitas yang dilakukan itu diunggah ke media sosial dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan public pun bisa menilai kinerja saya. —ujar Melky Pangemanan

Proses pengembangan partai oleh Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PSI Sulut. melalui media sosialnya dapat dilihat dari berbagai hal, yaitu dari segi foto: Foto di media sosial DPW PSI Sulut lebih interaktif dan menarik. Sehingga, publik pun dapat memahami pesan yang disampaikan oleh DPW PSI Sulut. Dari segi video: Video di media sosial DPW PSI Sulut disisipkan fakta dan data berupa infografis atau ilustrasi mengenai kegiatan para anggota DPRD. Misalkan, rapat paripurna, kegiatan reses, dan lain-lain. Kegiatan tersebut dibuat menjadi cerita yang menarik.

e. Peran Media Sosial dalam meningkatkan elektabilitas Partai Solidaritas Indonesia. (PSI)

Penggunaan Media sosial oleh PSI membawa pengaruh yang cukup besar terhadap peningkatan elektabilitas PSI mulai dari wilayah pusat sampai ke wilayah ranting. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sejak awal berdirinya telah menggunakan media sosial sebagai media marketing politik diantara partai lain yang masih cenderung menggunakan media kampanye konvensional sebagai sarana marketing politik.

Strategi marketing politik melalui media sosial yang dilakukan oleh PSI berhasil membuat PSI berada diposisi 6 besar dengan elektabilitas partai 5,8 Persen. Hal ini membuktikan PSI sebagai partai politik yang terbilang baru mampu bersaing dengan partai politik lama. PSI baru berdiri pada tahun 2014 dan pada tahun 2019 PSI berhasil lolos menjadi peserta pemilu untuk pertama kalinya dan mampu memperoleh jumlah suara sebanyak 2.650.361 (1,8 persen) namun cukup disayangkan perolehan jumlah suara ini belum memenuhi ambang batas parlemen sehingga ditingkat pusat PSI belum memperoleh kursi di parlemen, batas ambang parlemen yang diatur dalam UU no 7 tahun 2017 adalah 4% partai politik yang memiliki suara sebanyak 4% berhak untuk memperoleh kursi di Parlemen. Sedangkan di Dewan Pimpinan Wilayah Sulawesi Utara Partai Solidaritas Indonesia telah berhasil memperoleh 1 kursi di DPRD Provinsi kandidat PSI yang berhasil duduk dikursi DPRD tersebut adalah Melky J. Pangemanan dengan perolehan suara sebanyak 8.317 suara dan saat ini Melky J. Pangemanan menduduki kursi DPRD Provinsi sebagai anggota Komisi I bidang pemerintahan.

#### 4. Penutup

##### Kesimpulan

- a. Partai Solidaritas Indonesia sejak awal berdirinya telah menggunakan media sosial sebagai media pendekatan dengan masyarakat dalam mempromosikan partai, media sosial yang dimiliki oleh dewan pimpinan wilayah partai solidaritas Indonesia Sulawesi utara dikelola secara profesional oleh orang-orang berkompeten dibidang tersebut, dalam penyebaran informasi atau aktivitas di media sosial DPW PSI Sulut selalu berkordinasi dengan tingkat DPP agar semua informasi yang sampai ke publik lebih terarah.
- b. Peran Media Sosial sebagai sarana marketing politik partai Solidaritas Indonesia provinsi Sulawesi utara mampu membawa pengaruh terhadap peningkatan elektabilitas Partai, sehingga PSI mampu bersaing dengan partai politik lama dengan memperoleh 5,8 persen elektabilitas Partai. Terlebih di wilayah pimpinan Sulawesi Utara PSI berhasil memperoleh kursi di DPRD Provinsi, dengan perolehan suara sebanyak 8.317 suara.

- c. Media sosial membantu DPW PSI Sulut dalam menjangkau masyarakat secara luas, juga dapat menjadi wadah bagi masyarakat dalam mengirimkan pesan baik itu dalam bentuk aspirasi ataupun kritik secara langsung melalui platform media sosial yang dimiliki DPW PSI Sulut.

#### Saran

- a. Dalam proses menjangkau target partisipan melalui media sosial DPW PSI Sulut dapat menggunakan strategi-strategi baru yang lebih menarik minat partisipan.
- b. Dewan pimpinan wilayah PSI Sulawesi Utara dapat membangun dan memperluas jaringan melalui interaksi dengan masyarakat melalui grup diskusi online.

#### 5. Daftar Pustaka

- Andriana, n. (2022). Pandangan partai politik terhadap media sosial sebagai salah satu alat komunikasi politik untuk mendekati pemilih muda (gen y dan z): studi kasus pdi-p dan psi. *Jurnal penelitian politik*, 19(1), 51-66.
- Anshari, Faridhian. (2013). Komunikasi politik di era media sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1); 91-101
- Alam, S. (2021). Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik. *Avant Garde*, 9, 1, 67.
- Alfiyani, Nur (2018). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik. *Potret Pemikiran*, 22(1) ;57-69
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*. 13 (1): 105-120
- Budiardjo, Miriam. (2003). *Dasar-Dasar Ilmu Politik* Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik*. Jakarta: Pustaka Obor Indonesia.
- Heryanto, G.G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD
- Judhita,Christiany. (2015). Political marketing dan media sosial. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 19(2): 225 - 241
- Munzir aisyahrahmi,Atika.dkk.(2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan SosialPolitik UMA*, 7(2):173-182
- Moneter, Bella Adha Hendriana & Susanto, Eko Harry. 2020. Strategi Komunikasi Politik Partai Baru (Studi Kasus Perolehan Suara Partai Solidaritas Indonesia di DPRD DKI Jakarta Pada Pemilu 2019) 4(1): 43-49
- Maulana, Ghaffar & Syam, Hamdani M. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Penggalangan Dana (fundraising) oleh Lembaga Aksi Cepat Tanggap Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*. 4(3).
- Pakar komunikasi.com. 9 Maret 2017. Komunikasi Politik Pengertian Fungsi Tujuan. Di akses pada 20 Februari 2023. Dari <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-politik>
- Puspitarini sekar,Dinda. Dkk. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1),73
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D*. Yogyakarta: Rajawali Pers.
- Susanto Harry, Eko. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal Aspikom*, 3(3) ;379-398.

#### Peraturan perundang-undangan

- Undang-Undang nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- Undang-Undang No.2 Tahun 2008, tentang partai politik.
- Undang-Undang No.7 tahun 2017 Pasal 275, tentang Pemilihan umum, Kampanye Pemilu.