
Analisis Pendukung Paslon 02 di Pemilu 2024 Pada Platform Media Sosial Twitter “X”

Christiana¹, Rachel Nasywa Kirana², Shandayu Ardyan³

Universitas Kristen Indonesia

E-mail: christianaa.0213@gmail.com¹, rachelkiraana@gmail.com², shandzebua@gmail.com³

Article History:

Received: 20 Maret 2024

Revised: 30 Maret 2024

Accepted: 03 April 2024

Keywords: Pemilihan Umum, Politik, *Silent Majority*, Media Sosial.

Abstract: *Kontestasi Pemilihan Umum 2024 ini terdapat beberapa hal menarik yang tentunya menjadi pembahasan dalam masyarakat. Hal ini juga sebagai bentuk kepedulian masyarakat untuk memilih dan menentukan pilihannya dalam pemilu untuk menghasilkan pemimpin masa depan yang mampu menghadapi tantangan dunia di masa depan. Tetapi ajang ini juga tidak jarang menimbulkan perpecahan dan perbedaan pilihan di semua kalangan generasi pemilih. Penelitian ini membahas bagaimana sikap masyarakat dalam merespon Pemilihan Umum ini yang tidak jarang menciptakan suatu golongan pro dan kontra dalam sikapnya berpolitik hingga terjadinya keterasingan dan diabaikan oleh sekelompok yang mendukung mayoritas. Media sosial menjadi acuan dalam penelitian, serta bagaimana tanggapan masyarakat mengenai suatu golongan minoritas yang akhirnya memicu terbentuknya Silent Majority. Penelitian ini menggunakan teori Spiral of Silence karena berhubungan dengan sikap pendukung Prabowo-Gibran memilih untuk tidak mengungkapkan pandangan mereka media sosial. Penelitian ini juga membahas bagaimana komunikasi dalam bermedia sosial yang terkadang menimbulkan kecemasan dan ketakutan dari penggunaanya yang akhirnya memicu Silent Majority yang membuat mereka enggan berkomentar atau menghiraukan segala yang terjadi walaupun dalam hatinya terdapat rasa ingin bersuara dan sudah menentukan pilihannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilih lebih memilih bungkam dan enggan berkomentar di media sosial.*

PENDAHULUAN

Dalam sebuah negara yang menganut sistem demokrasi, Pemilihan Umum (Pemilu) dianggap sebagai salah satu fondasi utama dari proses akumulasi aspirasi masyarakat. Pemilu dianggap sebagai mekanisme yang paling aman dalam proses suksesi kekuasaan, jika dibandingkan dengan metode lainnya. Ini merupakan elemen kunci dalam sistem demokrasi sebuah negara. Di Indonesia, Pemilihan Umum adalah bagian integral dari proses demokrasi, yang mengharuskan warga yang memenuhi syarat usia untuk memberikan suara mereka dalam

menentukan perwakilan mereka di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan dalam pemilihan Presiden. Selain itu, Pemilu juga merupakan langkah penting dalam menentukan kandidat pemimpin untuk melanjutkan pemerintahan yang ada sebelumnya.

Pada kontestasi pemilihan umum pada 2024 ini tentunya terdapat beberapa hal yang menarik dalam pelaksanaannya. Dimulai dari semangat beberapa partai politik yang berlomba untuk masuk parlemen, kemudian yang dijadikan perbincangan masyarakat dengan hadirnya tiga poros pemilihan Presiden dan Wakil Presiden yang di mana para calonnya memiliki potensi yang sama dan hebat untuk memimpin bangsa Indonesia.

Di samping hal ini, terdapat semangat masyarakat yang didominasi oleh pemilih baru atau pemilih muda yang menjadi daya tambah sendiri bagi pemilihan umum di 2024 ini. Hal tersebut sejalan dengan data *Opendata.jabarprov*, dari 204.807.222 masyarakat yang memiliki hak pilih, terdapat 55% atau sekitar 114 juta adalah suara Gen Z dan milenial. Tidak jarang hingga akhirnya muncul perbedaan pemilihan para pendukung yang tidak jarang menimbulkan perpecahan dan ketidakharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat.

Hal tersebut dapat ditemukan melalui media sosial, salah satu media yang banyak diikuti oleh masyarakat adalah Twitter "X". Berdasarkan data Hootsuite 2024, pengguna internet dan media sosial di Indonesia cukup tinggi. Pengguna internet terdapat 212,9 juta dan pengguna media sosial aktif terdapat 167 juta. Dari 167 juta pengguna sosial media, terdapat 57.5% pengguna platform Twitter "X" di Indonesia. Media sosial, termasuk Twitter "X" merupakan tempat untuk menyampaikan informasi dan opini secara bebas.

Di platform Twitter "X", dukungan terhadap Calon Presiden dan Wakilnya bervariasi, mulai dari yang aktif menyampaikan informasi dan opini secara bebas. Di Platform Twitter "X", dukungan terhadap Calon Presiden dan Wakilnya bervariasi, mulai dari yang aktif menyampaikan pendapat mereka masing – masing pasangan Calon hingga yang memilih untuk tetap diam dan tidak mengungkapkan pendapat mereka. Kelompok pendukung terbesar yang memilih untuk diam dan tidak menyuarakan pendapat mereka cenderung berasal dari pendukung pasangan calon nomor urut 02.

Perilaku politik di atas tentunya menjadi suatu hal menarik untuk dibahas oleh peneliti mengenai perilaku politik khususnya perilaku politik pendukung paslon 02 (Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka). Seperti yang sudah diketahui, pemilihan Presiden dan Wakil Presiden ini menghasilkan 3 poros, yaitu paslon 01 (Anies-Muhaimin), paslon 02 (Prabowo-Gibran), dan 03 (Ganjar-Mahfud).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menyelidiki bagaimana perilaku pendukung pasangan calon nomor urut 02 yang cenderung tidak mengekspresikan dukungan mereka secara luas di media sosial maupun di masyarakat. Penelitian ini akan dilakukan dalam metode kualitatif yang merujuk pada pengumpulan data dari beberapa hasil penemuan melalui media sosial Twitter "X".

LANDASAN TEORI

Pemilihan Umum

Dalam proses pemilihan pemimpin dan wakil negara, diputuskan berdasarkan pertimbangan moral serta representasi yang sesuai dengan keinginan masyarakat itu sendiri. Di Indonesia, proses ini dilakukan melalui Pemilihan Umum, sebuah mekanisme yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Harapannya, dengan terpilihnya para perwakilan

rakyat, negara akan menuju pada tingkat kesejahteraan yang diharapkan oleh seluruh bangsa Indonesia (Hidayat,2020,62).

Media Sosial

Menurut data yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dari jumlah total penduduk Indonesia pada tahun 2023, yaitu sekitar 278.696.200 jiwa, sebanyak 221.563.479 jiwa atau sekitar 79,5% merupakan pengguna internet (APJII, 2024).

Media sosial merupakan sebuah platform online di mana penggunanya memiliki kemampuan untuk berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, dan menciptakan konten, termasuk melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah beberapa bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat global. Sebuah pendapat lain menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* online yang memfasilitasi interaksi sosial dan menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Rafiq, 2020,19).

Dalam data *We Are Social* pada Januari 2024 ada sebanyak 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia. Jumlahnya setara dengan 49,9% dari total populasi nasional (Databoks, 2024).

Media sosial menjadi media berinteraksi secara virtual yang digunakan manusia setiap hari. Pada Pemilihan Umum Presiden 2024, media sosial menjadi tempat tersebarnya konten atau berita kampanye yang dilakukan oleh para Calon Presiden dan Wakil Presiden. Media sosial digunakan sebagai tempat penyebaran berita mengenai kampanye, banyak masyarakat juga yang membagikan konten kampanye dan saling memberikan komentar atau pandangan mereka masing-masing terkait profil para Capres dan Cawapres.

Tidak hanya komentar positif, komentar negatif pun sangat banyak bertebaran di media sosial. Komentar yang diberikan oleh masyarakat bahkan sangat menimbulkan berbagai kontroversi di kalangan masyarakat. Banyak yang pro dan kontra terhadap setiap paslon, terutama terhadap paslon 02.

Media Sosial Twitter “X”

Beragamnya *platform* media sosial yang dapat digunakan seperti Instagram, Facebook, Telegram dan Twitter “X” merupakan *platform* media sosial yang masih banyak sekali digunakan hingga saat ini, dengan jumlah pengguna sebanyak 57,5% (Databoks, 2024).

Twitter “X” adalah media yang digunakan untuk proses penyampaian pesan baik dan alat komunikasi antar sesama pengguna Brittanica dalam (Aldora, 2023, 31).

Pada tanggal 22 Juli 2023, pemilik *platform* Twitter “X”, Elon Musk mengganti nama Twitter menjadi X. Dari yang sebelumnya berlogo burung berwarna putih dengan latar biru muda, kini berubah menjadi logo X putih dengan latar hitam. Pesan yang disampaikan di Twitter “X” disebut sebagai *tweet* atau kicauan dan hanya 280 karakter untuk pengguna biasa, dan 10.000 karakter cuitan pada layanan premium yaitu Twitter Blue dengan syarat harus membayar biaya berlangganan sehingga dapat melakukan penyuntingan tweet. Sesama pengguna Twitter dapat saling berhubungan satu sama lain melalui tanda ‘@’ atau memilih untuk mencari topik tertentu yang lebih spesifik dengan menggunakan tagar ‘#’ (Aldora, 2023,32).

Sitti Nurul Jannah, dkk (2019) menyatakan Ada beberapa istilah yang umum digunakan di platform Twitter "X", antara lain:

a. Tweet

Merupakan pesan atau status yang ditulis di kotak shout yang bisa berisi informasi, gambar, opini, dan rangkaian pesan. Tweet terbatas dalam jumlah karakter, yaitu 280 huruf.

- b. *Mention*
Digunakan untuk menandai atau memanggil pengguna Twitter lain dalam sebuah tweet dengan menambahkan "@" diikuti dengan nama pengguna yang dimaksud.
- c. *Reply*
Merupakan tanggapan atau balasan terhadap tweet dari pengguna lain.
- d. *Retweet*
Biasa disingkat sebagai RT, digunakan untuk menunjukkan setuju dengan isi dari tweet pengguna lain dan membagikannya ke pengikut kita.
- e. *Like*
Digunakan untuk menunjukkan bahwa pengguna menyukai tweet yang diposting oleh pengguna lain.
- f. *Direct Message*
Biasa disingkat sebagai DM, merupakan fitur untuk mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna lain tanpa diketahui oleh pengikut kita.
- g. *Hashtag*
Digunakan untuk menandai sebuah topik atau tema dalam sebuah tweet dengan menggunakan tanda "#" diikuti dengan kata kunci yang relevan. *Hashtag* membantu meningkatkan visibilitas *tweet*.
- h. *Trending Topic*
Merupakan topik atau tema yang sedang populer atau banyak dibicarakan oleh pengguna Twitter karena mendapatkan perhatian yang signifikan.

Silent Majority

Menurut definisi dari kamus Merriam-Webster, istilah "silent majority" mengacu pada mayoritas besar penduduk suatu negara yang tidak aktif terlibat dalam urusan politik dan tidak mengekspresikan pendapat politik mereka secara publik. Definisi ini juga sejalan dengan kamus Oxford yang menjelaskan bahwa "*silent majority*" adalah istilah yang merujuk pada banyaknya individu dalam suatu negara yang memiliki pandangan serupa satu sama lain, tetapi tidak mengungkapkan pandangan tersebut secara terbuka.

Teori Spiral of Silence

Noelle-Neumann adalah teoriwan yang pertama mengusulkan *Teori Spiral of Silence*, yang menyatakan bahwa individu cenderung membentuk pandangan mereka tentang opini publik berdasarkan isyarat yang mereka terima dari lingkungan sekitar, termasuk media massa seperti surat kabar dan opini yang mereka hadapi. *Spiral of Silence* merupakan suatu fenomena di mana individu mengaitkan pandangan pribadi mereka dengan pandangan orang lain dalam masyarakat.

Jika seseorang merasa bahwa pandangannya mendominasi dan semakin banyak yang mendukungnya, maka mereka akan cenderung menyuarakan keyakinan mereka secara terbuka di hadapan masyarakat umum, bukan hanya di lingkungan keluarga dan teman-teman. Namun, ada kemungkinan individu akan berhenti mengungkapkan pandangan mereka karena takut akan perbedaan dan potensi isolasi sosial, yang bisa memicu spiral di mana individu memilih untuk menyimpan pendapat mereka untuk diri sendiri (Cobis & Rusadi, 101, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang melibatkan observasi dan pengamatan terhadap beberapa akun di platform media sosial Twitter "X" yang memberi tanggapan terhadap pendukung paslon 02 selama pemilu 2024. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi pada *platform* Twitter "X". Peneliti mencari dan

mengambil data melalui cuitan akun yang berada di *platform* Twitter "X" yang diunggah mulai dari 17 Februari s.d 25 Februari 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Umum (Pemilu) yang diadakan 5 tahun sekali ini menarik perhatian masyarakat, terutama perdebatan antara calon presiden dan wakil presiden yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Diadakannya debat antar calon presiden dan wakil presiden menjadi indikator penting dalam Pemilu. Dengan adanya debat antar paslon, masyarakat dapat menilai dan memilih masing-masing paslon sesuai dengan penilaian dan pandangannya.

Salah satu yang menjadi penilaian masyarakat adalah gaya komunikasi. Menurut Norton (dalam Juditha, 88,2019), gaya komunikator merupakan "cara seseorang berinteraksi secara verbal dan parverbal untuk memberi sinyal atau makna yang harus ditafsirkan atau dipahami".

Tidak dapat dipungkiri, perbedaan pendapat dan penilaian masyarakat terhadap masing-masing paslon dapat dijadikan bahan debat antar pendukung. Berbeda penilaian akan menimbulkan perbedaan pendapat, hal inilah yang menimbulkan saling mem-bully dan memberikan ujaran kebencian di media sosial. Debat antar pendukung wajar terjadi, karena tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, perkembangan media sosial telah menyebabkan masyarakat menjadi semakin terhubung dengan aktivitas politik secara bertahap (Sahlan & Muchamad, 2019) Salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna adalah Twitter "X".

Menurut Reuters Institute Digital News Report 2021, Twitter memiliki pengguna tertinggi untuk mencari berita dibanding Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, dan Snapchat. Hal tersebut sejalan dengan data dari Databoks katadata 2021, mayoritas pengguna Twitter "X" terdapat usia 13-17 tahun dengan presentase 7,8%, usia 18-24 tahun 25,2%, 25-24 tahun 26,6%, dan usia 45 tahun ke atas 12%. Sesuai dengan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), persentase pemilih berdasarkan generasi dan umur didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. yang berusia 17-40 tahun. Rata-rata persentase pemilih yang didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z dengan pengguna media sosial Twitter "X" berkaitan, karena debat antar pendukung dapat ditemui di Twitter "X".

Pada lini masa Twitter "X", terdapat banyak cuitan yang tertuju pada pendukung paslon 02. Isi dari cuitan tersebut berupa kalimat menyudutkan. Berikut adalah contoh beberapa cuitan yang terdapat di media sosial Twitter "X"

Tabel 1. Hasil Observasi Cuitan-cuitan Yang Menyudutkan Pendukung Paslon 02 di Media Sosial Twitter "X"

Akun Twitter	Cuitan
@softemberr	Tapi pan, pendukung 02 banyak yg ngga bisa diajak diskusi
@madarkham	I just got insulted (dituduh pendukung 02)
@JancukT087	Pendukung 02 stupid majority
@XBA2454	Mereka ngaku2 silent majority pdhl SM asli tuh yg bener2 ga muncul di sosmed karna

Akun Twitter	Cuitan
	terlalu sibuk dgn urusan RL. Mereka mah 02's stupid majority

Sumber: Hasil Observasi Peneliti (2024)

Banyaknya cuitan yang menyudutkan pendukung paslon 02, membuat pendukung paslon 02 menjadi masif dan memilih untuk tidak menyuarakan pendapat politiknya di depan umum. Orang-orang yang tidak mengungkapkan pendapat politiknya biasa dikenal dengan istilah *silent majority*. Hal tersebut sejalan dengan cuitan-cuitan yang peneliti temukan. Tingginya interaksi yang berada pada cuitan-cuitan yang peneliti temukan, menunjukkan bahwa terdapat banyak pendukung paslon 02 yang memilih menjadi *silent majority* selama proses kampanye hingga Pemilu selesai dilaksanakan..

Berikut adalah contoh beberapa cuitan pengguna Twitter “X” yang mulai menunjukkan bahwa selama ini pendukung paslon 02 lebih memilih bungkam di Twitter “X”.

Tabel 2. Hasil Observasi Cuitan-cuitan Dari Pendukung Paslon 02 di Media Sosial Twitter “X”

Akun Twitter	Cuitan
@cgrttsaftercryy	Salute buat semua pendukung 02 yg selama ini silent reader. Kalian the real mvp karena anjing drowning energy bgt debat sm maha benar.
@cubitisme	Pendukung Prabowo Gibran yang sebelumnya hanya menjadi pembaca diam-diam di platform X mulai muncul secara aktif.
@xquitavee	Silent majority pendukung 02. Udh mulai meluncur ke X Twitter. Pantas bnyak komen2 positip di tuit ku skrg. Dulu yg komen bajer2 sebelah yg doyan maki2 dan hina2. Welcome 02
@SayaFariez	Kita diem karena males debat mba sama kubu sebelah
@Putra_Sangihe	Gue melihat akun2 Projo yg selama ini diam dlm pilpres (silent major) kini mulai bangkit mencounter akun2 buzzer 03 yg mana masih teman juga. Hebat kalian Bro & Sist kalian diam bukan takut tapi masih menjaga perasaan kawan. Dan saatnya kita melawan akun y nggak mau hidup damai.

Sumber: Hasil Observasi Peneliti (2024)

Dari dua perbandingan cuitan tersebut, dapat dilihat bahwa pendukung paslon 02 tidak berani menyuarakan pendapat politiknya dan memilih untuk tetap diam karena terdapat banyak cuitan yang menyudutkan pendukung paslon 02. Sesuai dengan teori Spiral of Silence, individu melibatkan pandangan mereka dengan pandangan orang lain. Individu akan berhenti mengekspresikan pandangan mereka karena takut adanya perbedaan, sehingga menimbulkan "spiral" di mana individu tersebut memilih untuk diam mengenai pendapat mereka. Pendukung paslon 02 merasa sudut pandang mereka adalah minoritas di platform Twitter "X". Pendukung paslon 02 merasa bahwa semakin mereka menunjukkan dukungan mereka terhadap paslon 02 maka mereka akan semakin disudutkan dan takut terisolasi oleh pendukung paslon lainnya, sehingga mereka memilih untuk "lebih baik diam".

Sesuai dengan hasil observasi di atas, selama masa kampanye di media sosial Twitter "X" tidak didominasi oleh pendukung paslon 02, melainkan pendukung paslon lainnya. Hal tersebut yang membuat para pendukung paslon 02 memilih untuk diam mengenai pendapat mereka, dan berani menunjukkan keberadaannya dengan membuat cuitan mengenai silent majority.

KESIMPULAN

Pemilu merupakan proses dimana semua individu akan mencari tahu dan memilih untuk memberikan dukungan kepada calon pemimpin yang sesuai dengan hati nuraninya masing-masing. Dalam proses Pemilu, berbeda pilihan merupakan hal yang sangat wajar terjadi, pilihan tidak dapat dipaksakan atau bahkan harus mengikuti pilihan orang lain.

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap 5 tahun sekali proses Pemilu berlangsung perbedaan pilihan, pro dan kontra terhadap setiap paslon memang kerap sekali terjadi. Media sosial menjadi tempat yang sangat banyak digunakan sebagai media untuk saling memberikan dukungan mereka terhadap pilihan mereka. Akan tetapi di sisi lain, banyak pengguna media sosial yang menjadi semakin terdorong untuk menyudutkan para pendukung paslon lain yang tidak mereka pilih.

Teori Spiral of Silence merupakan teori yang menjelaskan bahwa individu dapat meyakini bahwa dirinya memiliki sudut pandang yang minoritas di suatu mengenai isu publik dan menyebabkan mereka tersudutkan bahkan terisolasi. Hal inilah yang menyebabkan kelompok individu lebih memilih untuk membatasi pola interaksi mereka karena mereka lebih memilih untuk diam. Pada penelitian ini pendukung paslon 02 di platform Twitter "X" yang menjadi minoritas, mereka memilih untuk bungkam dan menjadi silent majority. Sementara individu yang merasa memiliki sudut pandang mayoritas di platform Twitter "X" akan semakin terdorong untuk membuka suara dan menyudutkan minoritas.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Jurnal Ilmu Komunikasi ini ditulis oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Kristen Indonesia. Penulisan ini ditulis oleh Christiana, Rachel Nasywa, dan Shandayu Ardyan. Penulisan yang kami buat ini berdasarkan dengan penelitian dan pengamatan yang kami temukan dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran penuh menulis jurnal ini dapat digunakan sebagai acuan penelitian berikutnya oleh khalayak umum.

Selain itu juga, jurnal ini dibuat untuk mengembangkan pemikiran dan pengetahuan akademisi serta observasi mahasiswa. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Komunikasi Massa yang telah mendukung dan membimbing penulis dalam membuat dan meneliti penulisan jurnal tersebut. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada

rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan dapat membantu penulisan ini baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

DAFTAR REFERENSI

- Aldora, P. C. (2023). PENGARUH TERPAAN JUDUL FILM MENCURI RADEN SALEH TERHADAP MINAT MENONTON (Studi Kuantitatif pada Pengikut Akun Twitter@moviemenfes) (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Cobis, M. Y., & Rusadi, U. (2023). Analisis Teori Spiral of Silence pada Persepsi Publik tentang Citra Polisi oleh Media Massa. *Journal of Political Issues*, 4(2), 99-107.
- Damayanti, N. (2014). Gaya komunikasi jokowi pada debat politik pilpres 2014, 153–163.
- Felicia, F., & Loisa, R. (2018). Peran buzzer politik dalam aktivitas kampanye di media sosial twitter. *Koneksi*, 2(2), 352-359.
- Hidayat, A. (2020). Manfaat Pelaksanaan Pemilu Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *Politicon: Jurnal Ilmu Politik*, 2(1), 61-74.
- Marwan, M. R. (2022). SPIRAL OF SILENCE PADA KASUS PELECEHAN SEKSUAL DI MEDIA SOSIAL TWITTER. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 39-48.
- Marzuuqi, S., & Yulianto, M. (2019). Twitter Sebagai Media Propaganda (Analisis Wacana pada Tweet@TsamaraDKI dan@FaldoMaldini sebagai Media Propaganda Menjelang Pemilihan Presiden 2019). *Interaksi Online*, 7(4), 421-438.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *GlobalKomunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- Juditha, C. (2019). Dukungan Sosial Warganet Di Twitter Terhadap Gaya Komunikasi Pasangan Calon Presiden Pada Debat Pemilu 2019. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23(1), 87-100.

Internet

- <https://www.kominfo.go.id/content/detail/51136/targetkan-pemilih-muda-kominfo-sosialisasikan-pemilihan-serentak-2024/0/artikel>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/13/pengguna-twitter-didominasi-laki-laki-pada-2021>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024#:~:text=Secara%20keseluruhan%2C%20We%20Are%20Social,9%25%20dari%20total%20populasi%20nasional.>
- <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- <https://opendata.jabarprov.go.id/id/artikel/pemilu-2024-gen-z-dan-milenial-sumbang-55-persen-suara-ini-fakta-lengkapnya>
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>