

Komunikasi Politik dan Branding Melalui Media Sosial DPD Partai Demokrat Provinsi Riau

Jupendri

Universitas Muhammadiyah Riau

jupendri@umri.ac.id

Abstract: *This article is the result of a study that describes the strategy of the Democratic Party in Riau Province to carry out political communication and party branding through the use of social media. What types of social media do you use? and what kind of political message or content is presented and is considered attractive to the public. The theory used is a hypodermic needle with a descriptive qualitative approach. The result is that the DPD of the Democratic Party of Riau Province carries out political communication and party branding by utilizing the use of social media including Instagram, Facebook, Twitter, Youtube and Tik Tok. Determining the use of social media by taking into account the level of use in the community, voter mapping and social media used on national issues. Political messages contained in the form of content that is interesting and persuasive, informative and critical of local government policies in particular. The content presented is built based on efforts to campaign for the vision and mission of the Democratic party*

Keywords: *Social Media, Political Communication, Branding.*

Abstrak: Artikel ini merupakan hasil penelitian yang mendeskripsikan tentang strategi DPD Partai Demokrat Provinsi Riau melakukan komunikasi politik dan branding partai melalui penggunaan media sosial. Apa saja jenis-jenis media sosial yang digunakan, serta seperti apa pesan politik atau konten-konten yang disajikan dan dianggap menarik bagi masyarakat. Teori yang digunakan adalah jarum hipodermik dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasilnya bahwa DPD Partai Demokrat Provinsi Riau melakukan komunikasi politik serta branding partai dengan memanfaatkan penggunaan media sosial meliputi Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Tik Tok. Penentuan penggunaan media sosial dengan memperhatikan tingkat penggunaan dimasyarakat, pemetaan pemilih dan media social ang digunakan tentang isu-isu nasional. Pesan politik yang dimuat dalam bentuk konten-konten yang menarik dan bersifat persuasif, informatif dan kritis terhadap kebijakan Pemerintah daerah khususnya. Konten yang disajikan dibangun didasarkan atas upaya mengkampanyekan visi dan misi partai Demokrat

Kata Kunci: Media Sosial, Komunikasi Politik, Branding

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi yang terus berinovasi dan didukung dengan adanya internet, telah melahirkan media digital yang canggih, seperti media sosial. Suatu saluran yang digunakan dalam dunia maya untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Kehadiran media

sosial telah merubah pola komunikasi menjadi lebih cepat dengan jangkauan yang lebih luas. Berbeda dengan sebelumnya, aktivitas komunikasi dan interaksi dibatasi oleh ruang dan waktu.

Media sosial awalnya hanya digunakan sebagai saluran komunikasi dan interaksi antara teman dan kerabat dekat, dengan topik pembicaraan masih bersifat privasi. Saat ini, penggunaan media sosial semakin meluas dan menembus ke dalam berbagai bidang kehidupan seperti politik, ekonomi, pendidikan, sosial, budaya, dan lain-lain. Dalam bidang politik, media sosial telah menjadi saluran komunikasi politik yang strategis untuk menerima serta merespon aspirasi masyarakat. Media sosial juga digunakan sebagai saluran kampanye sekaligus media branding bagi para aktor politik dan partai politik untuk menaikkan popularitas dan elektabilitas.

Kehadiran media sosial membuat informasi politik tidak hanya semakin masif, tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Media digital ini digunakan untuk menampilkan citra diri (*branding*) melalui sajian konten-konten yang menarik agar mendapatkan dukungan dan kepercayaan masyarakat. Melalui media sosial para aktor politik dapat memperkenalkan diri sebagai pemimpin politik yang populis, profesional, humanis, dan bertanggung jawab. Oleh karenanya, tidak sedikit para aktor politik terlihat memanfaatkan media sosial untuk mengkampanyekan diri (*personal*) serta institusi politiknya (*partai politik*).

Fenomena tersebut mulai terlihat menjelang pemilihan umum (Pemilu) serentak tahun 2024. Partai-partai politik mulai gencar melakukan komunikasi politik melalui media social dengan konten yang beragam dan menarik. Aktivitas mengkampanyekan sekaligus membranding partai politik dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Aktivitas politik partai dimulai dari kepengurusan tingkat pusat (DPP) hingga ke pengurusan tingkat daerah (Provinsi dan Kabupaten/Kota) hingga ke pengurusan tingkat terendah (Desa/ Kelurahan, Dusun, RW/RT).

Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Demokrat Provinsi Riau merupakan salah satu kepengurusan tingkat daerah yang terlihat gencar melakukan komunikasi politik serta branding partai dengan memanfaatkan media sosial. Dengan kepengurusan baru yang dilantik 26 Februari 2022 yang lalu, komunikasi politik terlihat massif dilakukan dengan turun langsung ke daerah-daerah (Kabupaten/Kota) se Provinsi Riau. Kemudian kegiatan tersebut dimuat dan disebar (*shared*) melalui media sosial partai yaitu twitter, facebook, instagram, dan wattshapp.

Pesan politik atau konten-konten yang disajikan pada media sosial partai menampilkan kegiatan-kegiatan partai yang sedang diselenggarakan. Kemudian, juga memuat tentang ideologi partai, janji-janji politik berupa program kerja partai, aktivitas rutinitas partai dan lain sebagainya. Konten-konten tersebut tidak hanya semata-mata memuat aktivitas DPD Partai Demokrat Provinsi Riau, namun juga aktivitas yang dilakukan Dewan Pengurus Pusat (DPP) Partai Demokrat.

Penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi politik telah banyak digunakan, mengingat jumlah penggunaannya semakin bertambah. Hal ini sehubungan dengan bertambahnya secara terus menerus pengguna internet. Pada tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 202.6 juta atau 73.7 persen dari total populasi 274,9 juta penduduk secara keseluruhan. Dari jumlah pengguna internet tersebut, terdapat 170 juta merupakan pengguna media sosial. Jumlah pengguna media sosial yang cukup potensial ini melahirkan peluang untuk memperkuat dan memperkaya hubungan antara masyarakat dengan pemimpin, para aktor politik, partai politik, kelompok kepentingan, dan lain-lain (Hidayati, 2021).

Aktivitas melalui media sosial sebagai saluran komunikasi politik dan branding partai telah banyak dilakukan para aktor atau partai politik, sebagaimana disebutkan dalam beberapa hasil penelitian. Andiwi Meifilina (2021) melakukan penelitian tentang strategi komunikasi politik Partai Golkar di Kabupaten Blitar dalam melakukan pendidikan politik dengan menggunakan media sosial yaitu instagram dan facebook. Berliani Ardha (2014) dengan hasil penelitiannya menyebutkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam kampanye politik politik 2014 melalui platform yaitu facebook, twitter, dan youtube. Melalui media sosial tersebut, para kandidat politik dapat terus berinteraksi dengan pendukung dan menerima dukungan dalam bentuk sumbangan dan relawan. Kemudian penelitian Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi (2018), bahwa media sosial merupakan saluran bagi pemilih pemula di Kabupaten Bogor untuk mengakses informasi tentang pemilu.

Artikel ini merupakan hasil penelitian yang mendeskripsikan tentang strategi DPD Partai Demokrat Provinsi Riau melakukan komunikasi politik dan branding partai melalui penggunaan media sosial. Apa saja jenis-jenis media sosial yang digunakan, serta seperti apa pesan politik atau konten-konten yang disajikan dan dianggap menarik bagi masyarakat.

Metode

Penelitian tentang Komunikasi Politik dan Branding Melalui Media Sosial DPD Partai Demokrat Provinsi Riau menggunakan paradigma definisi sosial. Metode yang digunakan interpretatif-understanding atau verstehen dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengemukakan gambaran dan/atau pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas terjadi (Pawito, 2007).

Prosedur penelitian yang dilakukan meliputi tiga tahap yaitu orientasi, reduksi dan seleksi. Tahap orientasi yaitu mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan dengan melakukan observasi di lapangan. Tahap reduksi yaitu semua data diperoleh dari wawancara yang difokuskan pada rumusan masalah. Tahap seleksi yaitu dengan melakukan analisis yang lebih mendalam tentang fokus masalah penelitian.

Adapun yang menjadi informan atau subjek penelitian adalah pengurus DPD Partai Demokrat yaitu Sekretaris Umum, Badan Pemenangan Pemilu (Bapilu), Badan Komunikasi Strategis Daerah (Bakomstrada). Teknik pengambilan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori jarum hipodermik. Suatu teori yang memperlihatkan keberhasilan penggunaan media massa sebagai alat propaganda (Cangara, 2009). Teori yang dicetuskan Wilbur Schramm, berparadigma mekanistik dengan dua asumsi dasar. Pertama, penerima (komunikan) bersifat pasif, tidak berdaya ketika menerima pesan dari komunikator. Komunikator dengan mudah memengaruhi komunikan (penerima) atau khalayak. Kedua, media massa sangat perkasa. Semua pesan yang disalurkan oleh media massa dengan mudah mempengaruhi komunikan (Arifin, 2011).

Perspektif mekanis merupakan perspektif yang paling lama dan paling banyak dianut sampai sekarang. Komunikasi politik dikonseptualisasikan sebagai proses yang mekanistik diantara manusia, dimana suatu pesan politik mengalir melintasi ruang dan waktu dari satu titik (sumber/penerima) kepada titik yang lain (sumber/penerima) secara simultan. Eksistensi empiriknya (lokusnya) terletak atau berada pada saluran, kemudian cara berpikirnya sebab akibat (kausalitas), dan titik berat kajian terletak pada efek (Arifin, 2011).

Teori jarum hipodermik memosisikan komunikan sama sekali tidak memiliki kekuatan untuk menolak pesan yang disampaikan komunikator melalui media. Komunikan (khalayak) terlena seperti kemasukan obat bius melalui jarum suntik sehingga tidak bisa memiliki alternatif untuk menentukan pilihan lain.

Hasil dan Pembahasan

1. Jenis-Jenis Media Sosial DPD Partai Demokrat Provinsi Riau

Media sosial merupakan medium berbasis teknologi internet (*media online*) yang memungkinkan seseorang dapat berinteraksi sosial, berkomunikasi dan berkerjasama, serta berbagi dengan orang lain. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan para penggunanya merepresentasikan dirinya maupun institusi politiknya (partai politik) kepada masyarakat.

DPD Partai Demokrat Provinsi Riau menggunakan media sosial untuk melakukan komunikasi politik dengan menyampaikan informasi-informasi berkaitan tentang ideologi partai, kegiatan-kegiatan konsolidasi partai, kegiatan sosial, dan kebijakan kebijakan partai dalam memperjuangkan aspirasi masyarakat. Media sosial DPD Partai Demokrat Provinsi Riau dikelola secara khusus oleh badan komunikasi strategis daerah (Bakomstrada). Salah satu bidang di kepengurusan partai yang merupakan turunan dari kepengurusan tingkat pusat yaitu badan komunikasi strategis (Bakomstra).

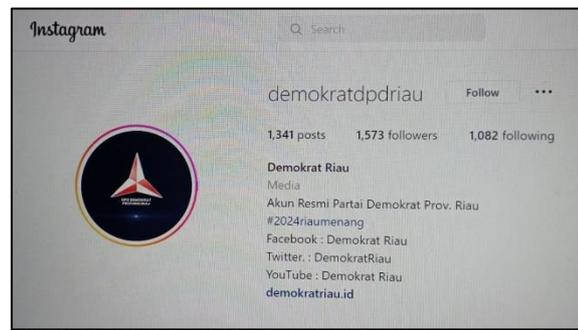
Begitu banyak jenis media sosial yang dapat digunakan, seperti Youtube, Vimeo, Dailymotion, Facebook, Twitter, Google Plus, Path, Pinterest, Picasa, Flickr, Instagram dan lain sebagainya. Namun DPD Partai Demokrat Provinsi Riau hanya menggunakan beberapa diantaranya yaitu Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan TikTok. Ada tiga faktor yang menjadi alasan penentuan pilihan jenis media sosial tersebut, yaitu jenis media sosial yang banyak digunakan di Provinsi Riau, pemetaan pemilih berdasarkan usia, serta memperhatikan jenis media sosial di tingkat nasional yang juga digunakan DPP Partai Demokrat.

a. Instagram

Instagram atau yang lebih dikenal dengan IG digunakan para remaja tidak hanya sebagai sarana mengekspresikan diri, mengikuti *trend* yang ada. Namun juga untuk melihat perkembangan-perkembangan terkini tentang sesuatu misalnya tentang produk tertentu, film-film terbaru, kegiatan-kegiatan selebritis dan lain sebagainya. Berdasarkan jumlah penggunaan media sosial, Instagram merupakan jenis media sosial yang banyak digunakan kalangan remaja di Provinsi Riau. Secara kuantitas akan menjadi pemilih mayoritas di Provinsi Riau pada Pemilu tahun 2024.

Instagram DPD Demokrat Riau yaitu [dpddemokratriau](https://instagram.com/dpddemokratriau) (<https://instagram.com/demokratdpdriau?igshid=YmMyMTA2M2Y=>). Sejak diaktifkan pada maret 2022 yang hingga saat ini sudah memiliki 1.573 followers dan 1.082 following. Dalam kurun waktu empat bulan, Bakomstrada DPD Partai

Demokrat Provinsi Riau telah memposting 1.341, sebagaimana dapat dilihat pada gambar berikut:



b. Facebook

Facebook merupakan jenis media sosial yang cara penggunaan cukup sederhana dan lebih awal diketahui oleh masyarakat. Selain itu, pengembangan fitur-fiturnya serta keinginan untuk tetap menjalin relasi dengan teman-teman atau sahabat. Hal ini menjadi alasan mengapa facebook hingga kini menjadi media sosial yang digemari oleh sebagian besar masyarakat.

Di Provinsi Riau facebook digunakan semua kalangan, terutama usia 35 tahun ke atas. Oleh karenanya, DPD Partai Demokrat menggunakan jenis media sosial ini sebagai saluran komunikasi politik sekaligus media branding partai. Berikut Facebook DPD Partai Demokrat Provinsi Riau: <https://www.facebook.com/dpddemokratriau>



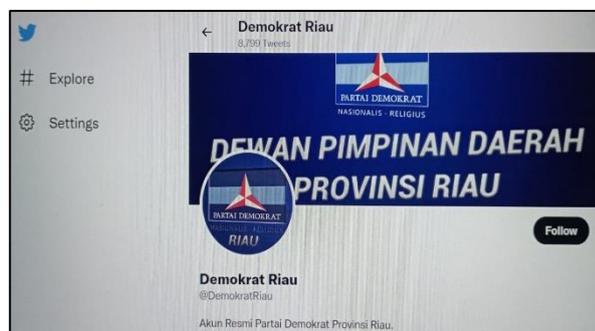
Gambar: Facebook DPD Partai Demokrat Riau, 2022

c. Twitter

Twitter adalah salah satu media sosial yang digunakan oleh masyarakat untuk mengakses berbagai jenis informasi. Media sosial ini tidak menyediakan layanan panggilan baik panggilan suara maupun panggilan video. Walaupun demikian media sosial ini menyediakan layanan Direct Message atau pesan langsung di mana para

penggunanya bisa saling mengirim pesan baik itu pesan teks, pesan suara dan pesan dalam bentuk gambar dan video.

DPD Partai Demokrat Provinsi Riau menggunakan jenis media social ini, karena menjadi media populer di level nasional dan digunakan oleh DPP Partai Demokrat. Sehingga isu-isu nasional dapat di share di Provinsi Riau. Twitter DPD Partai Demokrat Provinsi Riau yaitu https://twitter.com/DemokratRiau?t=v_UY1ACi_Ma6U9owfAa1XQ&s=09. Sejak diaktifkan pada maret 2022 yang hingga saat ini sudah memiliki 1.262 pengikut dan 546 mengikuti, sebagaimana dapat dilihat pada gambar berikut:

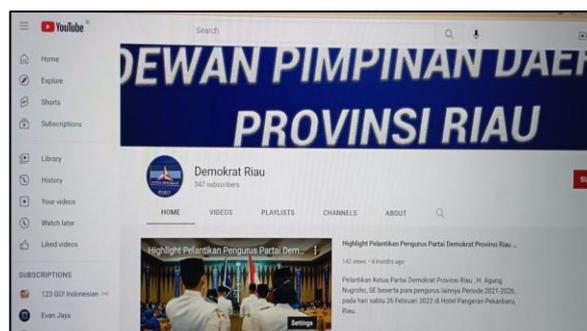


Gambar: Twitter DPD Partai Demokrat Riau, 2022

d. Youtube

Youtube merupakan salah satu media yang berfungsi untuk membagikan video. Oleh karenanya, pengguna youtube dapat mengakses berbagai macam video melalui media social jenis Youtube ini. Di Provinsi Riau, penggunaan media ini cukup banyak, meskipun tidak seperti Instagram dan facebook. Youtube digunakan sebagai media informasi, penambah wawasan, media pembelajaran serta untuk mengetahui informasi ter-update dalam beberapa bidang seperti olahraga, hiburan, hobi, dan sebagainya.

Media Youtube DPD Partai Demokrat Provinsi Riau yaitu <https://youtube.com/channel/UCmpt4Xx1hzgPf-LqFpMU5oA>, sebagaimana gambar berikut:



Gambar: Youtube DPD Partai Demokrat Riau, 2022

e. Tik Tok

Tik Tok merupakan aplikasi media sosial yang menjadi budaya populer di Indonesia mulai awal tahun 2020 ini. Media Tik Tok memberikan algoritma proses yang sangat baik, dimana pengguna diberikan video yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan secara akurat. Pengguna diberikan kebebasan untuk membagikan video di tiktok dengan berbagai cara. Dan konten yang mengikuti trend saat ini.

Tik Tok DPD Demokrat Riau yaitu <https://vt.tiktok.com/ZSd3KusJy/>. Sejak diaktifkan pada maret 2022 yang hingga saat ini sudah memiliki 980 pengikut dan 50 mengikuti. Dalam kurun waktu empat bulan, terdapat 5150 yang suka (*like*) postingan video Tik Tok DPD Partai Demokrat Provinsi Riau, sebagaimana dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar: Tik Tok DPD Partai Demokrat Riau, 2022

2. Pesan Politik atau Konten pada Media Sosial DPD Partai Demokrat Provinsi Riau

Pesan politik berupa pembicaraan politik yaitu berupa kata-kata, gambar, lukisan, foto, film, gerak tubuh, ekspresi wajah serta tindakan (Nimmo, 2005). Pesan politik adalah pernyataan yang disampaikan komunikator politik kepada komunikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Komunikasi yang berisi tentang politik disebut sebagai komunikasi politik (Jupendri, 2017).

Sifat pesan politik itu harus informatif, persuasif, propaganda, agitasi, perang urat saraf (Cangara, 2009:326). Oleh sebab itu, perlu diperhatikan penggunaan bahasanya. Penggunaan bahasa hendaknya mencerminkan kepentingan masyarakat. Menurut Dedy Mulyana (2013:21), penggunaan bahasa dengan jargon-jargon, eufimisme, metafora, *puffery* (bahasa bombastis), dan *labeling* (penjulukan) bisa membentuk kesadaran tertentu sesuai dengan yang dikehendaki si komunikator (bahkan kesadaran yang palsu di negara-negara komunis dan otoriter).

Pesan politik yang disampaikan DPD Partai Demokrat Provinsi Riau melalui media sosial yaitu Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan TikTok disusun secara menarik dan jelas. Konten-konten yang dimuat merupakan kegiatan-kegiatan partai seperti roadshow DPD Partai Demokrat ke 12 Kabupaten/Kotase Provinsi Riau. Aktivitas yang dilakukan meliputi temu kader, konsolidasi partai, diskusi dengan kelompok milenial sekaligus memberikan edukasi tentang politik, melakukan peninjauan ke usaha kecil dan menengah (UMKM) yang ada di masyarakat, kunjungan ke pondok pesantren, temu tokoh dan para ulama, serta diskusi dengan kalangan wartawan/ jurnalis.

Selain itu, pesan politik yang disampaikan melalui media social berupa pernyataan-pernyataan Ketua DPD Partai Demokrat terkait program partai, sikap terkait isu-isu social kemasyarakatan, ucapan hari besar nasional dan keagamaan serta lain sebagainya. Kemudian, kegiatan-kegiatan Fraksi Partai Demokrat DPRD Provinsi Riau.

Aktivitas-aktivitas tersebut dijadikan konten dan dimuat dalam media social dengan tampilan yang menarik. Konten-konten yang dimuat dikemas sedemikian rupa, sesederhana mungkin dan mudah dipahami. Pesan politik yang disampaikan memiliki identitas yang sesuai dengan ideologi partai dan dapat dengan mudah dikenali masyarakat. Konten yang dimuat sesuai dengan isu-isu yang sedang berkembang dalam masyarakat, seperti permasalahan penerimaan peserta didik baru, harga minyak goreng, kelangkaan bahan bakar minyak, kenaikan harga bahan pokok, dan lain-lain.

Konten yang dimuat menggunakan bahasa yang padat dan dapat dimengerti, mengangkat isu-isu aktual dan segar, menggunakan slogan yaitu " Gerak Cepat Demi Rakyat". Kemudian menarik perhatian khalayak dan menjadi motivasi para pengurus dan anggota partai. Hal ini terlihat adanya tanggapan dari masyarakat yang disampaikan melalui media social diantaranya keinginan bergabung dengan Partai Demokrat.

Suatu pesan politik merupakan bagian yang menjadi objek penilaian dari pemilih sebelum menentukan pilihan. Setiap pesan yang disampaikan akan dimaknai dan dikaitkan dengan kebutuhan atau kepentingan pemilih. Pesan politik dimaknai pemilih tidak hanya dilihat dari jenis pesan, melainkan juga dari konteks penerimaan pesan (Nair, 2003:31). Konteks penerimaan pesan yang dimaksud adalah faktor-faktor seperti afiliasi politik, usia, etnisitas dan gender. Oleh karenanya setiap komunikator politik hendaklah membuat pesan politik dengan memperhatikan konteks penerimaan pesan. Pemilih akan terpengaruh suatu pesan, bila memberikan keuntungan atau memenuhi kepentingan dan kebutuhannya (Arifin, 2011:91).

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. DPD Partai Demokrat Provinsi Riau melakukan komunikasi politik serta branding partai dengan memanfaatkan penggunaan media sosial meliputi Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Tik Tok.
2. Penentuan penggunaan media sosial dengan memperhatikan tingkat penggunaan dimasyarakat, pemetaan pemilih dan media social ang digunakan tentang isu-isu nasional
3. Pesan politik yang dimuat dalam bentuk konten-konten yang menarik dan bersifat persuasif, informatif dan kritis terhadap kebijakan Pemerintah daerah khususnya.
4. Konten yang disajikan dibangun didasarkan atas upaya mengkampanyekan visi dan misi partai Demokrat

Referensi

- Arrianie, Lely (2010), *Komunikasi Politik*, Bandung: Widya Padjajaran
- Cangara, Hafied (2009), *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Nair, Mc, Brian (2015), *Pengantar Komunikasi Politik, Terjemahan Imam Muttaqien*, Bandung: Nusa Media
- Nimmo, Dan (2005), *Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan dan Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Susanto, Harry Eko (2010), *Komunikasi Manusia; Esensi dan Aplikasi Dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Surbakti, Ramlan (2007), *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta; PT. Gramedia
- Pawito (2007), *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKiS
- Hidayati, Rahma Festy (2021), *Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial*, *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, Volume 2, Halm 145-161, doi: <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2385>, diakses pada <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI>
- Meifilina, Andiwi (2021), *Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik*, *Jurnal Komunikasi Nusantara*, Volume 3, Nomor 2, Halm: 101-110, doi: <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.80>, diakses <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/80>
- Ardha, Berliani (2014), *Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*, *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 13, Nomor 01, Halm:105-120, doi:<http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v13i1.383>, diakses <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/visikom/article/view/383>
- Jupendri (2017), *Perceptivity Of Campaign Bg Voters In Unision Elections In The Provinsi of Riau 2015*, *Proceedings Strengthening Local Communities Facing The Global Era*, LPPM Press Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jember. Halm.70-84, diakses <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/pslcf/article/view/888/704>
- Ramadhani, Rika (2018), *Partai Politik dan Demokrasi*, *Jurnal Demokrasi & Otonomi Daerah*, Volume 16, Nomor 3, Hlm. 165-256,
- Ratnamulyani, Atikah, Ike dan Maksudi, Iriawan , Beddy (2018), *Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor*, *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora* Volume 20, Nomor 2, Halm.: 154 - 161