

## DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, H. P. (2018). Penggunaan internet sebagai public sphere dalam demokrasi deliberatif (Analisis Penggunaan Hashtag terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019) [PhD Thesis, University Of Muhammadiyah Malang]. <https://core.ac.uk/download/pdf/185271724.pdf>
- Agung, F. M. (2023). Revitalisasi Kesadaran Politik dalam Menghadapi Era Budaya Politik di Indonesia. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 3(10), 360–364.
- Alfarisyi, M. D., Al Hasani, N., & Maulia, S. T. (2023). Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Melalui Pendidikan Demokrasi. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 8(1), 60–68.
- Bachtiar, F. R. (2014). Pemilu Indonesia: Kiblat negara demokrasi dari berbagai refresentasi. *Jurnal Politik Profetik*, 2(1). <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/jpp/article/view/817>
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar ilmu politik (Cet. pert. rev)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Budiyono, B. (2015). Fenomena Komunikasi Politik dalam Media Sosial. *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 17(2), 143–160.
- Cangara, H. (2011). Komunikasi politik konsep, teori dan strategi. <http://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=49199&lokasi=lokal>
- Choiriyati, S. (2015). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal Uml*, 2(2), 21–27.
- Djoenaesih S. Sunarjo. (1984). *Opini Publik*. Yogyakarta, Penerbit Liberty. - Google Search. (n.d.). Retrieved July 6, 2024, from [https://www.google.com/search?q=Djoenaesih+S.+Sunarjo.+%281984%29.Opini+Publik.+Yogyakarta%2C+Penerbit+Liberty.&sca\\_esv=fb66578b5446bfc0&sca\\_upv=1&biw=1280&bih=585&sxsrf=ADLYWILQINLNxcMHYtIUkqXBUO7ryeiqEg%3A1720278889205&ei=aVJZt6hDJmPseMPjpGRgAI&ved=0ahUKEwieuug2pKHAXWZR2wGHY5IBCAQ4dUDCBA&uact=5&oq=Djoenaesih+S.+Sunarjo.+%281984%29.Opini+Publik.+Yogyakarta%2C+Penerbit+Liberty.&gs\\_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiSURqb2VuYWVzaWggUy4gU3VuYXJqby4gKDE5ODQpLk9waW5pIFB1YmXpay4gWW9neWFrYXJ0YSwgUGVuZXJiaXQgTGliZXJ0eS5lhwJQAFgAcAB4AJABAjgBVKABVkoBATG4AQPIAQD4AQL4AQGYAgCgAgCYAwCSBwCgB30&sclient=gs-wiz-serp](https://www.google.com/search?q=Djoenaesih+S.+Sunarjo.+%281984%29.Opini+Publik.+Yogyakarta%2C+Penerbit+Liberty.&sca_esv=fb66578b5446bfc0&sca_upv=1&biw=1280&bih=585&sxsrf=ADLYWILQINLNxcMHYtIUkqXBUO7ryeiqEg%3A1720278889205&ei=aVJZt6hDJmPseMPjpGRgAI&ved=0ahUKEwieuug2pKHAXWZR2wGHY5IBCAQ4dUDCBA&uact=5&oq=Djoenaesih+S.+Sunarjo.+%281984%29.Opini+Publik.+Yogyakarta%2C+Penerbit+Liberty.&gs_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiSURqb2VuYWVzaWggUy4gU3VuYXJqby4gKDE5ODQpLk9waW5pIFB1YmXpay4gWW9neWFrYXJ0YSwgUGVuZXJiaXQgTGliZXJ0eS5lhwJQAFgAcAB4AJABAjgBVKABVkoBATG4AQPIAQD4AQL4AQGYAgCgAgCYAwCSBwCgB30&sclient=gs-wiz-serp)
- El Farabi, Q. N. S. (2023). Kehadiran Media Sosial Dan Partisipasi Politik Bagi Pemilih Pemula. *CommLine*, 7(2), 112–123.

- Elizamiharti, E., & Nelfira, N. (2024). Demokrasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Partisipasi Politik. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 2(01), 61–72.
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: Tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Farid, A. S. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik Dan Persepsi Publik. *QAULAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 45–50.
- Gantiano, H. E. (2018). Politikus sebagai komunikator politik. *Dharma Duta*, 16(1). <https://www.ejournal.iahntp.ac.id/index.php/Dharma-duta/article/view/145>
- Halim, R., Sos, S., Lalongan, M., & Sos, S. (2016). Partisipasi Politik Masyarakat: Teori dan Praktik (Vol. 1). SAH MEDIA. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=P15tDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Partisipasi+politik+mencakup+bermacam+wujud+aktivitas+yang+mbolehkan+masyarakat+negeri+buat+pengaruhi+pembuatan+keputusan+politik+serta+kebijakan+pemerintah.&ots=xHG94VULSP&sig=HlkBak3paJwwlu5jr\\_eMHvb5pG0](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=P15tDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Partisipasi+politik+mencakup+bermacam+wujud+aktivitas+yang+mbolehkan+masyarakat+negeri+buat+pengaruhi+pembuatan+keputusan+politik+serta+kebijakan+pemerintah.&ots=xHG94VULSP&sig=HlkBak3paJwwlu5jr_eMHvb5pG0)
- Hartanto, A. Y. (2023, July 21). Survei: Pemilih Pemula Pilih Coblos Figur yang Aktif di Medsos. *tirto.id*. <https://tirto.id/survei-pemilih-pemula-pilih-coblos-figur-yang-aktif-di-medsos-gNcS>
- Judijanto, L., Maulinda, R., Zulaika, S., Tjahyadi, I., & Suroso, S. (2023). Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Politik Masyarakat di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(01), 21–31.
- KURNIA, E. (2024, February 2). Konten Kampanye Politik di Media Sosial Lebih Kaya Visual. *kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/02/01/konten-kampanye-politik-di-media-sosial-lebih-kaya-visual>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., & Pakpahan, N. S. (2022). Komunikasi massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134–142.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.
- Octafitria, Y. (2016). Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik Pada Kaum Muda. *Indonesian Journal of Sociology and Education Policy*, 1(1), 13–34.

- Putra, T. R., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019: Studi pada mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193–222.
- Putro, G. B., & Waluyanto, H. D. (2014). Perancangan Buku Kartun Opini yang Diadaptasi dari Lagu Bertema Kritik Sosial Politik di Indonesia. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(4), 12.
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49–63.
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif. <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>
- Rohadi, N. R., & Najicha, F. U. (2023). Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Kehidupan Berbangsa Pancasila. No. December. [https://www.researchgate.net/profile/Nandhika-Rohadi/publication/376782644\\_MEDIA\\_SOSIAL\\_DAN\\_PENGARUHNYA\\_TERHADAP\\_KEHIDUPAN\\_BERBANGSA\\_PANCASILA/links/658704ed2468df72d3cebf70/MEDIA-SOSIAL-DAN-PENGARUHNYA-TERHADAP-KEHIDUPAN-BERBANGSA-PANCASILA.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nandhika-Rohadi/publication/376782644_MEDIA_SOSIAL_DAN_PENGARUHNYA_TERHADAP_KEHIDUPAN_BERBANGSA_PANCASILA/links/658704ed2468df72d3cebf70/MEDIA-SOSIAL-DAN-PENGARUHNYA-TERHADAP-KEHIDUPAN-BERBANGSA-PANCASILA.pdf)
- Saidah, M. (2017). Public Relations Politik Tim Komunikasi Presiden Republik Indonesia Dalam Pengelolaan Isu-Isu Publik [B.S. thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ...]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/48684>
- SAKTI, R. E. (2023, December 13). Media Sosial Pengaruhi Pemilih pada Pemilu 2024. *kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/12/14/media-sosial-pengaruh-pemilih-pada-pemilu-2024>
- Saputra, N. A., & Erowati, D. (2021). Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Muda Di Kota Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 845–852.
- Sarihati, T., Si, M., Luthfie, H. M., Kurniadi, B., & Si, M. (2022). Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=KbOAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Opini+publik+adalah+pandangan+dan+pendapat+yang+dimiliki+oleh+sekelompok+orang+atau+masyarakat+secara+luas+tentang+su+atu+masalah+atau+subjek.+Opini+publik+dapat+berdampak+pada+tindakan+dan+kebijakan+dalam+berbagai+aspek+kehidupan+sehari-hari&ots=I3d13Jm7cw&sig=h8QBICQeQAWVAGjB06sdeZ3NaOM>
- Satori, D., & Komariah, A. (2009). Metodologi penelitian kualitatif. [https://opac.isi.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=3186&keywords=](https://opac.isi.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3186&keywords=)

- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, 4(1). <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/rsfu/article/view/3390>
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Triastari, D. (2011). Persepsi Iklan Politik pada Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Iklan Politik Kampanye Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilu 2009 di Media Televisi). <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/21138>
- Vonega, D. A., Fadila, A., & Kurniawan, D. E. (2022). Analisis Sentimen Twitter Terhadap Opini Publik Atas Isu Pencalonan Puan Maharani dalam PILPRES 2024. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 6(2), 129–135.
- Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis Peran Media Sosial dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116–123.

## LAMPIRAN

### Dokumentasi Wawancara

Dokumentasi wawancara dengan narasumber, masyarakat Rt 04 / Rw 011 Pondok Indah, Kelurahan Kuta Bumi, Kecamatan Pasar Kemis.



Gambar 1 Wawancara Mendalam Dengan Narasumber Pertama Burma (32<sup>th</sup>), Seorang Wirausahawan.



Gambar 2 Wawancara Mendalam Dengan Narasumber Kedua Bpk Obi Hadi Lesmana (38<sup>th</sup>), Karyawan Swasta. Dan Dengan Narasumber Ketiga Ust. Dede Saepudin (32<sup>th</sup>), Wirausahawan.

## Hasil Wawancara

Narasumber 1

Nama : Burma (32<sup>th</sup>)

Pekerjaan : Wirausaha

Waktu : 04 Agustus 2024

Alamat : Jl. Nusa Indah 4 RT 04/Rw 011, Pondok Indah, Kel. Kutabumi,  
Kec. Pasar Kemis, Kab. Tangerang

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah aktif menggunakan media sosial? Jika Iya, Platform apa saja yang digunakan? Konten apa saja yang lebih sering di liat.	Iya, Aktif. Instagram, Tik tok, Facebook. Lebih sering sih.. Instagram, Youtube. Untuk konten beragam sih..Bercandaan, Guyonan, Stand Up. Yahh.. semacam itu.
2.	Seberapa sering melihat konten politik yang berhubungan dengan pemilu 2024 di media sosial?	Kebetulan, banget kalua. Di pemilu tahun ini kan emang rame banget, kontennya. Hampir di semua platform. Terutama di Instagram. Media – media sekarang tuh..isinya, anak – anak isinya politik. Apalagihh..yahh, sekarangkan komedi nomer satu sekarang stand up yahh.. Semua pemain stand up (comika) emang topiknya tuh..tahun kemaren tuh full politik kayaknya, kalua menurut saya yah..
3.	Menurut anda, seberapa besar penting informasi / konten politik di media sosial terhadap pemilu 2024 pada pandangan politik / keputusan politik anda?	Yahh.. itu tergantung usia ya. Kalua menurut saya yang seumuran saya ke atas. Mungkin, Indonesia Lawyer Club ILC (konten politik) termasuk tontonan nomer 1 yahh.. menurut saya. Untuk 30 th ke atas, kalua 30 kebawah masih ke nonton – nonton yang lucu – lucu yang fun – fun stand up – stand up gitu aja.

4.	Berpengaruh tidak dalam memberi wawasan atau pengambilan keputusan anda (dalam berpolitik)?	Sangat, sangat berpengaruh. Jadi pola pikir kita tuh..kayaknya, secara ngga langsung tuh langsung ke bentuk dari apa yang kita tonton. Kayak sehari – hari kita, bercanda. Kita patokannya yak orang yang ada di sosial media bercandanya begini yak, kita niru bercanda – bercanda mereka cara pandangan politik mereka ternyata begini loh yang di pertontonkan yahh.. Jadi, sedikit banyaknya kita belajar. Kita niru dari apa yang kita liat di sosial media sihh.
5.	Sumber Informasi Politik/Tokoh Politik Apa yang paling anda percayai di media sosial? mengapa?	Kalau buat sekarang sihh..dilingkungan temen – temen kita, kayaknya lebih banyak. Yang berbau – bau ada rocky gerungnya. Kayaknya serunya tuh.. Puncaknya kalau ada dia koment, baru ngermbet kemana – mana, yahh...potakannya sihh.. di Indonesia Lawyer Club ILC (Konten Politik) juga sihh.
6.	Apakah Konten Politik yang anda asumsi di media sosial berpengaruh dalam lingkungan sehari – hari anda?	Kebetulan disini, di grup pemuda kita ada 70 pemuda. Di satu grup wa nihh.. Di satu Rw, kalau saya hitung rata – rata. Mungkin 80% nya itu ngobrolin politik, suka lahh..ngoborolin politik. Entahh.. itu pronya kemana tapi 80 % itu mereka tuh..antusias bangetlah.. ngobrolin politik, 20% nya yang massa bodo. Jadi lebih banyak yang antusias ke politik 80% lahh, soalnya hamper beberapa kali waktu kita kumpul obrolan politik tuh..selalu ada di tahun – tahun kemarin.

7.	Bagaimana cara untuk mengajak teman – teman untuk aktif berpartisipasi dalam lingkup berorganisasi?	Nah, ini yang susah..kalau kita berorganisasi di masjid lepas dari politik tuhh..itu hamper ngga mungkin. Karena di lingkup masjid pun sedikit banyak harus ada wawasan politik. Karena berpengaruh juga di agamakan, di agama kita juga ngajarin politik. Cuma cara penyampaiannya kita agak susah, karena kita ngga bisa vulgar. Ngga bisa nyebutin bendera partai yang A yang B. kita cuman mungkin, edukasi tuhh.. secara umum aja general aja, nihh..lohh..yang bagus tuh kayak gini, yang ngga bagus tuhh...kayak gini. Kita ngga bisa ngerucut ke partai satu, dua, atau yang ke tiga. Kita mungkin, kasih Gambaran aja. Edukasi tuhh.. harus, di organisasi masjid, kita selalu edukasi, selalu up lahh.. gimana sihh.. ulama kita dalam berpolitik tuhh.. kayak gimana. Ulama yang di daerah banten kayak gimana, di daerah jawa kayak gimana, habaib gimana, yang kita harus ikuti tuhh, tokohnya seperti apa, walaupun kita ngga nyebutin spesifik nyebutin Namanya. Kita kasih kisi – kisi nya aja begituh sihh.
8.	Bagaimana kampanye lewat media sosial?	Iya, karena gen z atau milenial yah.. di eranya kita sekarang, itu memang mungkin 90% yang kita tangkep dari sosial media dan pengaruhnya tuhh sangat besar banget. Pola pikir anak – anak sekarang kayaknya cenderung terbentuk dari sosial media. Jadi kampanye kampanye mereka bisa di bilang berhasilnya itu 90% dari media. Nomer satu, dua, atau nomer tiga. Kampanye mereka tuhh...kita serap hanya dari media. Hanya karena kita sekedar ikut ikutan, yahh.. sangat – sangat berpengaruh sihh.. apa yang mereka kampanyekan di sosial media.

9.	Apakah media sosial lebih berpengaruh dari pada media tradisional (TV, Koran, & Radio) dalam hal pengambilan pandangan / keputusan politik bagi anda?	Iyah, sangat. Sekarang era nya kita mudah ngga ada jaman sekarang cari info lewat radio, lewat koran, dan sebagainya. Kayaknya udah kurang, karena gadget tuh.. setiap hari, dari bangun tidur sampai mau tidur lagi kita pegangannya gadget. Kita buka twitter/x obrolannya yang mereka kampanye kan. Kita buka Instagram storynya apa yang mereka kampanyekan. Jadi, dari semua sosial media tuh..lebih intens banget dari pagi, siang, sore, malem. Kita nyera dari sosial media. Dan itu sangat impact banget.
10.	Apakah ada saran atau pendapat bagaimana media sosial seharusnya di gunakan dalam kampanye yang baik?	Yahh...kalau sekiranya saya bisa bersuara keatas. Hal – hal yang ngga baik kan selalu ada yang mencontohkan. Misalkan terlalu tajam mengkritik secara pribadi (personal) misalkan nomer satu, mengkritik lawan politiknya dengan yang diserang itu pribadinya. Kalau menurut saya pribadi, itu ngga pantes. Kenapa? Karena sedikit banyak itu berpengaruh buat yang kita muda – muda ini jadi ikut – ikutan. Wahh.. jadi, kita menilai personalnya. Wah, nomer satu mah ini, nomer dua ini. Sedangkan kalau kita berpolitik kan kita harus liat seperti apa sihh..kapasitas mereka, kemampuan mereka, bidangnya mereka, mempuni atau ngga. Jadi, ada serangan – serangan yang secara individu. Kita pun ikut nyerang secara pribadi dan itu ngga pantes banget. Kampanye tapi, nyerang personal lawan politiknya.
11.	Komunikasi yang disampaikan dari ke tiga paslon ini menurut anda bagaimana? Dalam kampanye ini.	Kalau sedikit yang saya tangkep. Cara penyampaian mereka baik yahh.. bagus. Cuma lebih, di tahun ini khususnya. Lebih banyak di dominasi berpolitik dengan uang, berpolitik dengan kekuasaan, dan ada yang berpolitik dengan image dia berpolitik dengan image. Itu aja sihh.. yang kita tangkep.

Narasumber 2

Nama : Obi Hadi Lesmana (38<sup>th</sup>)

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Waktu : 05 Agustus 2024

Alamat : Jl. Nusa Indah 5 RT 04/Rw 011, Pondok Indah, Kel. Kutabumi,  
Kec. Pasar Kemis, Kab. Tangaerang

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah anda aktif menggunakan media sosial? Jika iya, Platform apa saja yang anda gunakan?	Aktif, menggunakan media sosial. Instagram, facebook, youtube.
2.	Berapa lama waktu yang biasanya anda habiskan di media sosial setiap harinya?	Tergantung
3.	Seberapa sering anda melihat konten politik yang berhubungan dengan pemilu 2024 di media sosial?	Sering, Untuk melihat isu yang sedang marak. Di samping untuk melihat profil calon pemimpin bangsa kedepan. Juga, untuk mengetahui sejauh mana framing – framing yang di buat oleh para aktor politik untuk menjatuhkan lawannya.
4.	Konten apa saja yang biasanya muncul terkait pemilu di media sosial yang anda gunakan?	Terkait, konten – konten kegiatan partai politik. Para aktor politik dinegri ini.

5.	Menurut anda, seberapa penting informasi/konten politik di media sosial terhadap pandangan politik anda? Berpengaruh tidak dalam memberi wawasan/pengambilan keputusan anda dalam berpolitik?	Sebetulnya, tidak begitu penting. Tetapi, dari situ kita bisa menyimpulkan. Sebijak apa SDM dinegri ini, memanfaatkan konten media sosial untuk berpolitik
6.	Apakah anda pernah berubah pendapat atau pilihan politik setelah melihat konten politik di media sosial?	Iya, karena dari media sosial konten – konten media sosial tersebut saya bisa berasumsi / berkesimpulan. Salah satu paslon mana yang bijak dalam berkampanye lewat media sosial
7.	Apakah anda mempercayai informasi politik yang anda temui di media sosial? Jika iya, mengapa?Jika, tidak. Kenapa?	Tidak terlalu jadi pegangan sih..yahh..karena seiring berkembangnya media sosial tuh..seperti sekarang ini, yang sering digunakan framing, propaganda dan konspirasi
8.	Sumber informasi politik / tokoh politik apa yang paling anda percayai di media sosial? Mengapa?	Tentang debat capres, paslon
9.	Bagaimana cara anda memverifikasi kebenaran informasi politik yang anda temukan di media sosial?	Dengan, mencoba mengkorelasikan isu yang berkembang di media sosial dengan kehidupan nyata

10.	Apakah anda mengikuti akun – akun resmi partai politik atau kandidat di media sosial? Lalu bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan anda?	Iya, anis baswedan
11.	Seberapa besar pengaruh iklan kampanye di media sosial terhadap keputusan anda dalam memilih?	Tidak berpengaruh
12.	Menurut anda, apakah media sosial lebih berpengaruh dari pada media tradisional (Televisi, Koran, Radio) dalam hal pandangan politik anda?	Tidak lebih berpengaruh. Karena media sosial hanya untuk bahan perbandingan
13.	Apakah anda memiliki saran atau pendapat tentang bagaimana media sosial seharusnya digunakan dalam kampanye politik?	Seharusnya, SDM bangsa ini. Para elit politik bisa bijak dalam menggunakan media sosial untuk berpolitik karena tidak sedikit isu – isu yang mereka buat / munculkan entahh..itu langsung atau secara tidak langsung. Justru menjadi akar masalah yang bisa memecah keutuhan bangsa

Narasumber 3

Nama : Ust.Dede Saepudin (36<sup>th</sup>)

Pekerjaan : Wirausaha

Waktu : 06 Agustus 2024

Alamat : Jl. Nusa Indah 5 RT 04/Rw 011, Pondok Indah, Kel. Kutabumi,  
Kec. Pasar Kemis, Kab. Tangaerang

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah anda aktif menggunakan media sosial? Jika iya, Platform apa saja yang anda gunakan?	Iya. Facebook, Instagram, Tik tok.
2.	Berapa lama waktu yang biasanya anda habiskan di media sosial setiap harinya?	2 Jam
3.	Seberapa sering anda melihat konten politik yang berhubungan dengan pemilu 2024 di media sosial?	Sangat Sering
4.	Konten apa saja yang biasanya muncul terkait pemilu di media sosial yang anda gunakan?	Isu SARA & Ekonomi

5.	Menurut anda, seberapa penting informasi/konten politik di media sosial terhadap pandangan politik anda? Berpengaruh tidak dalam memberi wawasan/pengambilan keputusan anda dalam berpolitik?	Sangat penting, karena kami mensosialisasikan kepada warga atau para pengikut yang lainnya. Terutama di nilai sosok pemimpin yang memang figure lebih mengedepankan tentang kepentingan bangsa di bandingkan kepentingan golongan atau pribadinya.
6.	Apakah konten politik yang anda asumsi di media sosial berpengaruh dalam lingkungan sehari – hari anda?	Sangat berpengaruh, karena 60% di era sekarang ini. Orang – orang terutama yang mempunyai hak pilih lebih mempercayai tentang konten – konten yang ada di media sosial. Ketimbang berita yang ada di televisi.
7.	Apakah anda pernah berubah pendapat / pilihan politik setelah melihat konten / isu politik di media sosial?	Pernah, karena memilih seorang pemimpin tidak cukup dengan hanya katanya. Kita harus betul – betul untuk mengetahui lebih dalam. Terutama visi dan misi untuk kemajuan bangsa dan negara ini. Sehingga bisa mempengaruhi, yang tadi nya kita tidak pilih karena visi dan misinya untuk kepentingan bangsa dan negara. Lebih condong ke situ, maka kita beralih pilihan.

8.	Apakah anda mempercayai informasi politik yang anda asumsi di media sosial? Jika,Iya Kenapa?	Iya. Percaya, karena kembali yang tadi. Media mainstream kayak televisi sekarang sudah di punyai oleh sebagian partai, sebagian pejabat. Sehingga berita yang disampaikan kemasyarakat seandainya menguntungkan untuk partainya dia tayangkan, sementara berita yang kira – kira merugikan untuk golongan partainya dia sembunyikan. Makanya satu – satunya jalan, di era seperti sekaarang ini media sosial jauh lebih di percaya ketimbang media mainstream televisi.
9.	Bagaimana anda mempercayai kebenaran informasi politik yang anda asumsi di media sosial?	Kami komper dari berbagi media sosial. Seandainya ada isu yang negative, kami konfirmasi kami cari tau lebih dalam lagi ke media sosial yang lainnya. Jadi tidak cukup dengan satu sumber media saja. Karena di masa di eranya politik itu banyak kepentingan kepentingan yang mungkin menyerang lawan politiknya itu sendiri.

10.	Bagaimana menurut anda, kampanye lewat media sosial?	Jauh lebih efektif dan jauh lebih kena sasarannya. Karean yahh..media sosial itu kembali lagi. Udah menjadikan corong bagi masyarakat, sumber informasi yang masyarakat gunakan 60 – 70 persen orang menggunakan media sosial masalahnya itu..
11.	Seberapa besar pengaruh iklan atau kampanye di media sosial terhadap keputusan anda dalam memilih?	30 Persen
12.	Apakah anda memiliki saran atau pendapat tentang bagaimana media sosial seharusnya di gunakan dalam kampanye politik?	Sarannya, yahh..harus lebih bijak kita sebagai mengkonsumsi media sosial, memakai media sosial, menggunakan media sosial tersebut. Jangan sampai menggunakan media sosial menyebar isu politik, isu SARA yang memang tidak benar adanya. Jadi betul – betul harus lebih bijak lagi.