

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In *Syakir Media Press* (Vol. 5, Issue 1).
- Adhandayani, A. (2020). *Modul Metode Penelitian Kualitatif*. 21(1), 1–9.
- Aditra, D. (2024). *Timnas: Fenomena “Anies Bubble” bukti dukungan Gen Z untuk AMIN*. Antaranews.Com.
- Aditya, E., Priyowidodo, G., & Indrayani, I. I. (2018). Komunikasi Persuasi dalam Iklan Politik Pilkada Pasangan Cagub dan Cawagub Melalui Media Facebook. *Junral E-Komunikasi*, 6(2), 1–12.
- Ahmad, N. (2014). *Manajemen Komunikasi Politik & Marketing Politik: Sejarah, Perspektif, dan Perkembangan Riset* (Issue July 2012). <https://www.researchgate.net/publication/259309595>
- Alfin, R. (2012). Pengertian Media multimedia. *Teknik Informatika*. <http://www.ialf.edu/kipbipa/papers/OudaTedaEna.doc>
- Annur, C. M. (2023). *Jumlah Pengguna Twitter Indonesia Duduki Peringkat ke-4 Dunia per Juli 2023*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Astro, M. M. (2023). *Capres dan parpol pun perlu awasi perilaku massa pendukung*. Antaranews.Com.
- Azmi, F. A., Amiel, B. Y., Balqis, A., Nabila, I. M., & Arindah, F. (2022). Komunikasi Politik Anies Baswedan Dalam Membentuk Opini Publik Melalui Media Sosial Menjelang Pemilihan Presiden 2024. *PARAPOLITIKA: Journal of Politics and Democracy Studies*, 3(2), 121–141. <https://doi.org/10.33822/jpds.v3i2.6189>
- Bara, E. A. B., Nasution, K. A., & Zahara Ginting, R. Z. (2022). Penelitian tentang Twitter. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 167–172.
- Billy. (2024). *Fenomena @aniesbubble Trending di Twitter, Jubir AMIN Pastikan Tumbuh Secara Organik, Bukan Dibuat Timnas AMIN*. Kbanews.Com.
- Boer, K. M. (2014). Iklan Partai Politik Dan Politik Media. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(02), 296–310. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/view/1660>
- Cangara, H. H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Chamidah, D., Wijaya, U., Surabaya, K., Siregar, R. S., Nugroho, A., Saputro, C., Maret, U. S., Recard, M., & Harapan, U. P. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Issue September).

- CNBC. (2024). *Analisis Anies Baswedan Usai Debat Capres 2024 di Medsos, Simak!* Cnbcindonesia.Com.
- cnn. (2024). *Apa Itu Pilpres Satu Putaran dalam Pemilu? Simak Penjelasannya.* Cnnindonesia.Com.
- CNN. (2023). *Definisi Pemilih Pemula dan Jumlahnya yang Besar di Pemilu 2024.* Cnnindonesia.Com.
- CNN. (2024). *Riset: Anies Unggul Tipis di X, Prabowo Raja TikTok.* Cnnindonesia.Com.
- Fajri, D. L. (2022). *Studi Pustaka Adalah Referensi Penelitian, Ini Penjelasan Lengkapnya.* Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/berita/nasional/62e773e3da762/studi-pustaka-adalah-referensi-penelitian-ini-penjelasan-lengkapnya>
- Fauzan, A. M. (2023). *Timnas AMIN ungkap kekuatan dukungan pada Pilpres 2024.* Antaranews.Com.
- Flew, T. (2014). New media talk - An introduction. *Northern Lights*, 12(1), 3–9.
https://doi.org/10.1386/nl.12.1.3_7
- Habibur, R. J. (2021). Jenis jenis data penelitian. *Jurnal Teknik Pengumpulan Data Dalam Rancangan Penelitian*, August, 1–7.
- Harbani, R. I. (2021). *Surah An Nisa Ayat 59 Berisi Tentang Apa? Ini Jawabannya.* Detiknews.Com.
- Hardani et al. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Hasan, K. (2016). Komunikasi Politik Pesan. *Fisip Unimal*, 1–10.
- Heryanto, G. G. (2020). *REALITAS KOMUNIKASI POLITIK INDONESIA KONTEMPORER.*
- Iqbal, R. M., Kurniawan, A. P., & Soegiarto, D. (2023). *Pembuatan Dan Pengelolaan Konten New Media Digital Dalam Meningkatkan Citra Badan Narkotika Nasional Kota Bandung.* 9(5), 2690–2694.
- Kahpi, M. L. (2023). *Komunikasi Politik Dalam Al-Quran.*
- KPU. (2024). *Kilas Pemilu Tahun 2024.* Kpu.Go.Id.
- Krismantari, I. (2023). *Pemilu 2024 akan jadi pesta demokrasi terbesar di dunia: 5 hal yang perlu kamu ketahui.* Theconversation.Com.
<https://theconversation.com/pemilu-2024-akan-jadi-pesta-demokrasi-terbesar-di-dunia-5-hal-yang-perlu-kamu-ketahui-211069>
- Kurmia. (2011). *BAB II LANDASAN TEORI 2.1. Pengertian Media Baru (New*

Media).

- Kurniasih, K. P., Mansoor, A. Z., & Mustikadara, I. S. (2024). Kajian Kampanye Organik Kpopfication @aniesbubble di di Platform Twitter X sebagai Ekspresi Partisipasi Anak Muda dalam Kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2024. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik*, 1(3), 1–13.
- Muamar, N. A. (2020). *Strategi Komunikasi Politik Soekarno Pra-Kemerdeaan Indonesia (Analisis Life History Masa Penjajahan Jepang Tahun 1942-1945)*. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7320/>
- Mubarrod, R., & Syarwi, P. (2024). Marketing politik jelang Pemilu 2024 " Desak Anies ", " Prabowo Gemoy ", dan " Ganjar Nginap di Rumah Warga ". *Jurnal Communitarian*, 5(2), 893–904. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.586>
- Muliawati, A. (2023). *Anies soal Survei Elektabilitas: Kami Berpengalaman di Nomor Tiga*. Detiknews.Com.
- Musfira, D. A. (2024). *Komunikasi Politik Anies Baswedan dalam Meningkatkan Citranya Menuju PEMILU 2024 di akun media sosial instagram @aniesbaswedan*. January, 1–8.
- Muzahid Akbar Hayat, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, & Muhammad Iwu Iyansyah. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104–114. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.61>
- Pirol, A. (2010). Teori Media dan Masyarakat. *Jurnal Al-Tajdid*, 4(4), 0–9.
- Pujaastwa, I. B. G. (2016). *Teknik wawancara dan observasi untuk pengumpulan bahan informasi*. 1–11.
- Ramadhan, A. S. (2024). *Media Sosial Sebagai Wadah Komunikasi Politik : Memahami Pengaruh Akun X @aniesbubble dalam Kampanye Presiden*. Kompas.Com.
- Ramadhan, F. M. (2023). *Survei Elektabilitas Tiga Capres: Prabowo, Ganjar, dan Anies Saling Salip*. Tempo.Co.
- Rismawati, R., & Suryanef, S. (2021). Pesan Politik Calon Presiden dan Wakil Presiden di Media Sosial Instagram pada Pemilihan Umum Tahun 2019. *Journal of Civic Education*, 4(2), 173–181. <https://doi.org/10.24036/jce.v4i2.534>
- Rosmalia, P. (2023). *Milenial dan Gen Z Dominasi Percakapan Soal Debat Capres di Medsos, Anies Raih Eksposure Tertinggi*. Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/637092/milenial-dan-gen-z->

dominasi-percakapan-soal-debat-capres-di-medsos-anies-raih-eksposure-tertinggi#google_vignette

- Saptohutomo, A. P. (2022). *Pengertian Partai Pengusung dan Pendukung*. Kompas.Com.
- Sarjana, N. (2023). *Definisi Data Sekunder dan Cara Memperolehnya*. DetikEdu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6843072/definisi-data-sekunder-dan-cara-memperolehnya#:~:text=Data sekunder adalah sekumpulan informasi yang telah ada,seperti dokumen-dokumen penting%2C situs web%2C buku%2C dan sebagainya.>
- Septiani, R. (2014). Analisis Wacana Isi Pesan Iklan Politik Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta Di Media Internet. *The Messenger*, 6(33), 44.
- Setiawan, A. (2018). Komunikasi Politik. In *Universitas Muhammadiyah Jakarta*.
- Setiawan, A. D., & Kurniati, P. (2024). *Fenomena “Anies Bubble”, Pakar Ungkap soal Kekuatan Netizen dalam Politik*. Kompas.Com.
- Shahreza, M. (2018). Pengertian Komunikasi Politik. *Etika Komunikasi Politik*, 1–33.
- Sibawaih, Y. (2023). *Analisis Pesan Politik Kepala Daerah (Studi Kasus Akun Media Sosial Gubernur NTB Zulkieflimansyah)*. 47(1), 100950.
- Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Indah Azzahra. (2022). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*.
- Sutikno, S., & Hadisaputra, P. (2020). Penelitian kualitatif Penelitian kualitatif. In *Holistica*. http://www.academia.edu/download/54257684/Tabrani._ZA_2014-Dasar-dasar_Metodologi_Penelitian_Kualitatif.pdf
- Thabroni, G. (2022a). *Ilmu Komunikasi: Pengertian, Komponen, Prinsip & Ruang Lingkup*. Serupa.Id. https://serupa.id/ilmu-komunikasi-pengertian-komponen-prinsip-ruang-lingkup/#google_vignette
- Thabroni, G. (2022b). *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif (Konsep & Contoh)*. Serupa.Id. <https://serupa.id/metode-penelitian-deskriptif-kualitatif-konsep-contoh/>
- UPA TIK. (2023). *Pemilu 2024, Jadilah Pemilih Cerdas*. Undiksha.Ac.Id.
- Wahid, U., & Luhur, U. B. (2020). *Pesan Komunikasi Politik*. June.
- Wahyudi, S., & Fadel, A. (2023). Kampanye Politik Anis Baswedan Melalui Twitter Sebagai Calon Presiden Pada Generasi Z. *Journal Of Government : Manajemen Pemerintahan Dan Otonomi Daerah*, 8(2), 109–119.

- Wahyuni, F. R. F. M. W. S. J. L. H. S., Jonata, E. M., Hasanah, I. M. N., Maharani, A., Nuryami, K. A. R. N., & Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *PT.GLOBAL ESKEKUTIF TEKNOLOGI* (Issue March). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Widiastuti, T., & Si, M. (2013). *TEORI KOMUNIKASI 2*.
- Wijaya, A., & Gischa, S. (2023). *Pengertian Pesan Politik dan Cara Menyampaikannya*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/14/020000269/pengertian-pesan-politik-dan-cara-menysampaikannya>
- Yulika, C. (2024). *Timnas AMIN Sebut Akun "Anies Bubble" Bukan Kreasi Tim Tapi Tumbuh Organik*. Liputan6.Com.
- Zubaidi, A., Jauhary, M. W., & Lestari, L. (2020). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik: Studi pada Tirto.id di Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 10(1), 77. <https://doi.org/10.22146/kawistara.41407>
- Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102. <https://doi.org/10.31764/jail.v1i2.235>

LAMPIRAN

TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Dr. Mirza Shahreza, M.I.K.
Profesi : Ketua program studi dan dosen ilmu komunikasi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Hari & Tanggal Wawancara : Jumat, 9 Agustus 2024



1. Bagaimana menurut bapak mengenai iklan politik Anies Baswedan dalam pemilihan presiden Indonesia 2024?

Jawaban: *Iklan politik kan tujuannya mempromosikan, memasarkan disebut sebagai marketing politik, dibuat agar orang bisa teredukasi atau mendapatkan suatu insight terhadap prestasi Anies apalagi Anies ini datangnya dari Jakarta dan dia menyebarkan ke seluruh provinsi dan itu ada kerja keras dan memang iklan politik yang dilakukan Anies dengan bermacam substansinya itu lebih ke bagaimana dia ingin mempromosikan atau mengenalkan terlebih pada orang-orang diluar Jakarta, dengan media twitter, twitter kan media yang bisa lintas ruang dan waktu.*

2. Sebagai dosen ilmu komunikasi, seberapa penting bapak penggunaan iklan politik dalam kampanye pilpres 2024?

Jawaban: *Posisi Anies Baswedan elektabilitasnya termasuk dalam tiga besar pada survey. Sebenarnya orang sudah paham, iklan disini sebenarnya bukan untuk mengenalkan tapi untuk melakukan sesuatu penguatan-penguatan pesan, dengan kegiatan-kegiatan misalnya desak Anies, bagaimana di promosikan bagaimana dia berbaur dengan masyarakat, fungsinya menguatkan terkait dengan posisi Anies Baswedan agar masyarakat memiliki kecenderungan untuk memilih.*

3. Bagaimana penilaian bapak mengenai ke efektivitasan iklan politik yang dipromosikan melalui media sosial pada akun X @aniesbubble?

Jawaban: *Kalo saya lihat polanya sudah ingin menysasar dari survey pemilih terbesar adalah gen z, jadi memang publik yang disasar, yang diterpa adalah anak muda. Dengan harapan bisa bersaing dengan kandidat capres lainnya yang sama-sama kuat.*

4. Apakah iklan-iklan politik yang dilakuka oleh akun @aniesbubble dalam mendukung Anies Baswedan dapat mempengaruhi persepsi publik?

Jawaban: *Mempengaruhi pasti, tapi kadarnya tergantung, kalo kita lihat mempengaruhi kan dapat dilihat di hasil ya, dari hasil yang sudah didapatkan Anies nomor dua dan terlepas dari kecurangan atau apa kita tidak tau didalamnya, fakta realitanya gen z atau anak muda ini lebih terpapar yang lain. Dan kalo kita efektif ya mungkin efektif berapa persen tidak optimal.*

5. Bagaimana pendapat bapak mengenai strategi pesan iklan politik dengan konsep K-pop dalam mendukung Anies Baswedan dalam menarik suara generasi muda?

Jawaban: *Salah satu cara mendekati anak muda kan dengan kesukaanya contohnya ya seperti K-pop, tapi diupayakan kan sudah ada seperti iklan-iklan yang muncul seperti kampanye dengan billboard, tapi kembali lagi persaingan mana yang lebih kuat itu yang lebih diperhatikan.*

6. Dan menurut bapak strategi seperti apa yang perlu ditingkatkan oleh akun @aniesbubble dalam menyampaikan pesan politik dan mendukung Anies Baswedan kedepannya?

Jawaban: *Dengan menciptakan kegiatan-kegiatan yang kreatif dan inovatif dan dapat masuk kepada segmen-segmen yang dituju, seperti anak muda misalnya dan sebenarnya bukan hanya memposting tapi harus juga disertai dengan kegiatan-kegiatan langsung. Jadi bukan hanya iklan saja tapi juga berkontribusi secara langsung ke masyarakat dan dipublikasi ke akun aniesbubble.*

SITI ZAHROTUL HUMAEROH AENIYAH

Tangerang | (+62) 8953-3400-9927 | sitizahrotul1210@gmail.com

PROFIL

Saya seorang mahasiswi ilmu komunikasi semester 8 di Universitas Muhammadiyah Tangerang, seorang mahasiswi yang aktif, cepat belajar akan sesuatu yang baru, cepat tanggap, pekerja keras dan memiliki kemampuan mengetik yang baik serta sebagai seorang mahasiswi ilmu komunikasi, saya dapat berkomunikasi dengan cukup baik.

PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG S1, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Ilmu Komunikasi	2020 - Sekarang
SMK Negeri 2 Kabupaten Tangerang Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran Lulus dengan rata-rata 85/100 Lulus sertifikasi praktik kejuruan dengan nilai 87,56/100	2017 - 2020

PENGALAMAN

STARADIO TANGERANG
Public Relation
Januari 2023 - April 2023
Mengajukan kerja sama dengan pihak media, rumah sakit, kepolisian, hingga perusahaan.
Membantu dalam membuat konten media sosial Instagram. Mengajukan kerja sama untuk event virtual marathon kepada media dan brand sponsor.

JOURNALISM SHARING SESSION
Bendahara Acara
Mengelola keuangan yang bersumber dari sponsorship dan kolektif antar dua kelas yang menyelenggarakan acara tersebut sebagai project tugas akhir semester 4, membuat laporan masuk dan keluar uang sebagai tanda bukti.

SIMULASI PRESS CONFERENCE
Film KKN di desa penari press conference
Saya menjadi public relations dari perusahaan MD Picture yang menjelaskan bagaimana film tersebut, dan saya juga terlibat dalam menuliskan press release dengan tim kelompok.

PT PARDIC JAYA CHEMICALS
Magang | Health, Safety and Environment Management
Agustus 2018 - September 2018
Mensortir file yang dibutuhkan perusahaan berdasarkan abjad serta mengarsipkan dokumen sesuai tanggal, menginput laporan kerja lapangan bagian lingkungan setiap harinya, menggandakan dokumen dan merapikan sesuai dengan kebutuhan.

KEAHLIAN

- Mampu mengoperasikan Microsoft Office Word, Excel, Spreed sheet dan Powerpoint.
- Mampu mengoperasikan aplikasi editing seperti Canva, Capcut, KineMaster dan lain-lain.
- Mahir mengoperasikan aplikasi sosial media seperti, Instagram, Tiktok, Twitter dan lain sebagainya.

KEAHLIAN BAHASA

- Bahasa Indonesia
- Bahasa Inggris

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Zahrotul Humaeroh Aeniyah
Alamat : Kp. Pangodokan Kidul, Rt.03/Rw.03, Kutabumi,
Kec. Pasarkemis, Kab.Tangerang.
Email : sitizahrotul1210@gmail.com
Nomer Handphone : 0895-33400-9927
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya yang berjudul:

“ANALISIS PESAN POLITIK PADA AKUN X @aniesbubble DALAM PEMILIHAN PRESIDEN INDONESIA 2024”.

Bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan ulang dalam bentuk apapun baik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT), maupun di lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada Surat Pernyataan Publikasi ini. Surat Pernyataan Publikasi ini dibuat berdasarkan Surat Keterangan Dekan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

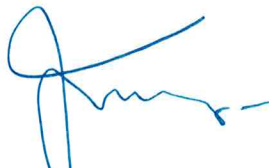
Nomor: 002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018. Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasi secara internal maupun eksternal dalam jurnal.

Demikian Surat Pernyataan Publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minat penelitian di lingkungan internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Tangerang, 11 September 2024

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Yang Menyatakan,



Korry El Yana, M.I.Kom.
NIDN: 0412118701



Siti Zahrotul Humaeroh Aeniyah



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Zahrotul Humaeroh Aeniyah
NPM : 2070201124
Program studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Ibu Korry El-Yana, M.I.Kom.
Judul Skripsi : ANALISIS PESAN POLITIK PADA AKUN X
@ariesbubble DALAM PEMULIHAN PRESIDEN
INDONESIA 2024



No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	31 - Januari - 2024	-Bimbingan BAB 1 - Revisi latar belakang dan manfaat.	
2.	28 - Februari - 2024	- Bimbingan BAB 2 dan revisi. - Revisi sedikit bab 1. konsultasi bab 3.	
3.	7 - maret - 2024	- Bimbingan bab 1,2,3. - Revisi BAB 2 landasan teori - Revisi BAB 3	
4.	15 - Maret - 2024	- ACC BAB 1 - Bimbingan BAB 1,2,3 - Penambahan di BAB 2 landasan teori.	
5.	17 - maret - 2024	Bimbingan BAB 1,2,3. ACC Sempro//	
6.	4 - April - 2024	-Bimbingan setelah sempro disetujui terkait revisi yang diberikan dosen penguji.	
7.	15 - Mei - 2024	-Bimbingan hasil revisi sempro.	
8.	8 - Juli - 2024	- Bimbingan BAB 4. Gambaran umum dan hasil Penelitian	
9.	22 - Juli - 2024	-Bimbingan BAB 4. Revisi	
10.	25 - Juli - 2024	- Bimbingan bab 4,5. ACC Sidang.//	