

## Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024

Juli Ariska,<sup>1</sup> Syafruddin Pohan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara

e-mail : [juliariska127@gmail.com](mailto:juliariska127@gmail.com)

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh KPU Kota Binjai dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dimana peneliti melakukan observasi melalui analisis media sosial instagram @kpukotabinjai, wawancara langsung dengan KPU dan studi dokumentasi sebagai teknik analisis data. Setelah mendapatkan hasil, peneliti menganalisis data menggunakan teori strategi, teori komunikasi Harlold Laswell dan psikologi komunikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KPU Kota Binjai telah melaksanakan strategi komunikasi publik dengan memperhatikan unsur perencanaan, implementasi dan evaluasi yang dikemas secara menarik melalui media komunikasi.*

**Keywords:** Strategi Komunikasi, Komisi Pemilihan Umum dan Pemilu.

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi. Demokrasi memiliki substansi dasar yaitu kekuasaan dan kedaulatan tertinggi berasal dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat (Alvat, 2020). Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 ayat 2 yang berbunyi "Kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan oleh Undang-Undang". Dalam implementasi kedaulatan ini dilaksanakan melalui mekanisme demokrasi yang dikenal dengan pemilihan umum. Sehingga pemilihan

umum adalah sarana untuk mewujudkan kedaulatan rakyat.

Pada tahun 2024, Indonesia akan melaksanakan sistem pemilihan umum serentak yang akan dilaksanakan pada tanggal 14 Februari 2024. Pada pemilu ini akan diselenggarakan empat jenis pemilihan umum, yaitu pemilihan umum legislatif (memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia, anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah di tingkat provinsi dan kabupaten/kota), pemilihan Kepala Daerah di tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota, dan pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Tanjung, 2023).

Penyelenggaraan Pemilu di Indonesia dilakukan oleh lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU). KPU merupakan lembaga di Indonesia yang memiliki kewenangan dalam menyelenggarakan pemilu (Hartono, K, & Rosalia, 2023). Dalam penyelenggaraan pemilu bersifat nasional, tetap dan mandiri. Hal tersebut tertulis dalam pasal 22 e ayat (5) UUD 1945 yang berbunyi “Pemilihan umum diselenggarakan oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri”. Sebagai penyelenggara pemilu di Indonesia tentulah peran kpu bukan hanya mengadakan bilik-bilik suara disetiap daerah saja. Peran kpu juga mencakup meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu yang diselenggarakannya (Fauziah, Bimantara, Bahrenina, & Pertiwi, 2023). Partisipasi masyarakat dalam negara demokrasi menjadi hal yang paling mendasar dalam negara demokrasi, dengan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi tentulah akan melahirkan pemimpin yang memiliki legitimasi yang kuat dari mayoritas masyarakat.

Kategori pemilih pemula merupakan kategori yang sangat menarik untuk diteliti. Pemilih pemula adalah pemilih yang baru pertama kali akan memberikan suaranya dalam pemilu (Ahmad Nurkhin, S Martono, Muhsin, Fachrurrozie, 2021). Kategori pemilih pemula adalah warga Negara yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya didalam kegiatan pemilu, mereka berasal dari Warga Negara

Indonesia (WNI) yang genap berusia 17 tahun atau belum 17 tahun tetapi sudah pernah menikah, dan tertulis di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 pada pasal 348 bahwa pemilih yang berhak mengikuti pemungutan suara di TPS meliputi : pemilik kartu tanda penduduk elektronik yang terdaftar pada daftar pemilih tetap di TPS yang bersangkutan, pemilik kartu tanda penduduk yang terdaftar pada daftar pemilih tambahan, pemilik kartu tanda penduduk elektronik yang tidak terdaftar pada daftar pemilih tetap dan daftar pemilih tambahan.

Berdasarkan persyaratan tersebut, pada tahun 2024 KPU telah mengumumkan bahwa daftar pemilih tetap (DPT) pada Pemilu 2024 sebanyak 204.807.222 pemilih. Berdasarkan hasil rekaptulasi DPT, mayoritas pemilih didominasi oleh generasi Z dan Milenial. Sebanyak 66.822.389 atau setara dengan 33,60% pemilih merupakan generasi Millennial yang lahir pada antara tahun 1980 hingga 1994. Kemudian, generasi Z yang lahir antara tahun 1995-2000an sebanyak 46.800.161 pemilih atau sekitar 22,85%. Jika ditotalkan kedua generasi ini berjumlah lebih dari 113 juta atau sekitar 56,45% dari total keseluruhan pemilih.

KPU Kota Binjai merupakan salah satu KPU terbaik di Sumatera Utara. KPU ini menjalankan komunikasi pelayanan publik dengan sangat baik sehingga menghasilkan banyak prestasi dan penghargaan dari berbagai pihak. Beberapa diantaranya, yaitu: Anugerah Badan Publik Terinformatif dalam

Keterbukaan Informasi Badan Publik Tahun 2023 oleh Komisi Informasi Provinsi Sumatera Utara, Penghargaan Media Sosial Terkreatif Tahun 2023 oleh KPU Prov Sumut, KPU Terbaik Kedua Dalam Keaktifan Sosialisasi Penggunaan Aplikasi E-PPID Se-Sumatera Utara tahun 2022, Terbaik Ketiga Dalam Proses Penyelesaian Pemadanaan Data Tingkat Provinsi Sumut tahun 2022, dan Tercepat X dalam Kecepatan Waktu Penyampaian LPJ Bendahara Pengeluaran Bulanan Mei 2022 oleh Kantor Pelayanan Pembendaharaan Negara Sumatera Utara.

Menurut Laporan Rekapitulasi KPU Kota Binjai tentang Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu tahun 2024 di Kota Binjai ada sebanyak 215.861 orang meliputi 105.584 laki-laki dan 110.277 perempuan yang berasal dari 812 TPS dan 37 kelurahan/desa. Sedangkan daftar pemilih pemula di Kota Binjai ada sebanyak 24.958 dengan rentan usia 17-21 tahun.

Pada tahun politik posisi pemilih pemula sangat rawan dimanfaatkan demi kepentingan politik (Heryanto, 2019). Pemilih kategori ini sering dijadikan sebagai alat untuk pendorong popularitas dan elektabilitas pada ajang kontestasi pemilu. Pemilih pemula memiliki beberapa ciri umum, seperti: berusia antara 17-21 tahun, tingkat literasi dan melek politik yang relatif rendah, orientasi dan preferensi politik yang minim dan sangat dipengaruhi oleh orang-orang yang menjadi kelompok rujukan pengetahuan, sikap dan perilaku

seperti guru dan orang tua, sebaian besar dapat dipengaruhi oleh peer group (kelompok sebaya, kelompok sepermainan), dan perilaku sebagai pemilih yang cenderung emosional (Sutisna, 2017).

Selain itu, kategori pemilih ini sering mengalami kendala, beberapa diantaranya yaitu kurangnya kesadaran politik, keterbatasan pendidikan politik, stereotipe negatif tentang poliitik, tingginya mobilitas, tidak memiliki identifikasi elektronik, minimnya representasi pemuda dalam politik, dan sifatnya yang moody yang menyebabkan fluktuasi pada apatisme dan antusiasme politik.

Komisi Pemilihan umum yang merupakan penyelenggara pemilu harus melakukan berbagai upaya agar literasi dan partisipasi pemilih pemula meningkat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan penyusunan strategi komunikasi publik. Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara (komunikator) dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu dengan maksud dan tujuan tertentu (Yasir, 2020). Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul ” Strategi Komunikasi Publik Komisi Pemilihan Umum Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya (Rosady, 2004). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dimana peneliti akan menganalisis data hasil penelitian secara induktif dengan membuat generalisasi atau abstraksi melalui tumpukan fenomena hasil penelitian seperti wacana, narasi, foto dan video yang kemudian disusun menjadi sebuah teori (Subroto, 1992).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Peneliti melakukan observasi dengan secara tidak langsung dengan memantau, menganalisis aktivitas media sosial Instagram @kpukotabinjai. Kemudian, setelah mendapatkan data observasi, peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak Ariffin Saleh selaku Anggota Tim Pembina KPU Kota Binjai Divisi Hukum & Pengawasan. Setelah mendapatkan data, peneliti melakukan analisis data dengan cara reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Sutopo, 2006).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Strategi Komunikasi Publik KPU Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024**

Dalam setiap perencanaan tugas atau kegiatan baik formal maupun informal tentu membutuhkan strategi komunikasi yang efektif agar pelaksanaannya dapat berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Strategi komunikasi merupakan perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang (Effendy, 2011).

Komisi Pemilihan Umum merupakan badan yang bertanggungjawab dalam penyelenggaraan pemilu. Sebagai badan yang bertanggungjawab, KPU harus dapat memastikan bahwa pelaksanaan pemilu diikuti oleh seluruh kalangan termasuk pemilih pemula yang belum pernah mengikuti segala jenis pemilihan umum sebelumnya.

Dalam rangka meningkatkan partisipasi para pemilih pemula, KPU Kota Binjai telah melaksanakan strategi komunikasi yang efektif dimana KPU melaksanakan 3 tahapan strategi, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi atau penerapan dan evaluasi strategi. Dalam perencanaan strategi KPU Kota Binjai melakukan riset dengan cara mengklasifikasi target berdasarkan usia, jenis kelamin dan kegemaran. Kemudian setelah data didapatkan KPU melakukan perencanaan strategi yang matang dan menarik perhatian target.

Beberapa strategi yang direncanakan oleh KPU Binjai untuk meningkatkan literasi pemilih pemula

adalah dengan mengadakan sosialisasi, pembuatan majalah persemester, pembuatan konten, kuis berhadiah dan nonton film "Kejarlah Janji". Kegiatan perencanaan tersebut telah dilaksanakan dengan baik oleh KPU dan hal ini terbukti dengan berbagai postingan feed tentang pelaksanaan kegiatan melalui akun instagram. Selanjutnya, setelah acara selesai diadakan, biasanya KPU kota Binjai akan melakukan evaluasi melalui rapat mingguan untuk mengevaluasi kegiatan dan merencanakan kegiatan strategi komunikasi baru kepada target baru pula.

Setelah menganalisis strategi komunikasi melalui tiga tahapan, peneliti akan mengelaborasi analisis wawancara dengan penerapan teori strategi komunikasi Harlod D. Lasswell, yaitu:

a. Komunikator

Komunikasi tidak hanya berjalan secara verbal tetapi juga praktik perbuatan komunikasi. Terwujudnya komunikasi yang efektif terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator (Harold D. Lasswell) yaitu daya tarik, kredibilitas dan kekuatan maka, untuk mewujudkan tercapainya komunikasi yang efektif KPU Kota sangat memperhatikan peranan komunikatornya. Dalam melakukan sosialisasi terkait pemilu biasanya yang menjadi pemateri adalah beberapa anggota tim pembina KPU Kota Binjai yang terdiri atas: Bapak Zulfan Effendi, ST (Ketua KPU Kota Binjai), Bapak Arifin Saleh, SH. MH (Anggota KPU Binjai Divisi Hukum dan Pengawasan), dan Bapak Robby Effendi, A.Md

(Anggota KPU Kota Binjai Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat & Sumber Daya Manusia).

Ketiga komunikator merupakan ahli dalam bidangnya masing-masing sehingga tidak perlu diragukan lagi kredibilitas dan pengalamannya dalam mengatasi dan mengkomunikasikan pesan KPU. Ketiga anggota tim pembina ini secara bergantian menjadi komunikator yang menyampaikan pesan KPU kepada khalayak dan pemilihan komunikator disesuaikan dengan tema/materi dan target *audience* yang menjadi komunikan atau peserta kegiatan sosialisasi.

b. Pesan

Pesan yang dirumuskan KPU Kota Binjai dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula menggunakan pesan persuasif dengan memberikan pengandaian atau ilustrasi terkait tata cara pemilihan umum dan efek salah memilih wakil rakyat. Pada strategi komunikasi langsung melalui sosialisasi, KPU Kota Binjai mengemas pesan dalam bentuk powerpoint dan film "Kejarlah Janji" untuk mempersuasi mahasiswa/i atau pelajar di Kota Binjai terkait pentingnya pemilu. Kemudian, pada strategi komunikasi publik tidak langsung menggunakan media khususnya media sosial instagram @kpkotabinjai mengemas pesan dalam bentuk infografis berisi foto yang didesain menggunakan templet merah dengan dibubuhi tanggal dan nama kegiatan, penggunaan caption yang menarik dan juga hastag

#KPU Melayani #KPU Kota Binjai  
#Pemilu Serentak 2024.

c. Media

Dalam memilih media komunikasi, seorang komunikator dalam hal ini KPU Kota Binjai harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh komunikan. Berdasarkan informasi yang didapat melalui hasil observasi dan wawancara, peneliti menemukan bahwa media komunikasi yang digunakan KPU Kota Binjai dalam menjalankan strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula adalah Buletin Kota Binjai, Film, website dan media sosial.

Setiap media komunikasi diatas, memiliki karakteristiknya masing-masing. Berikut merupakan penjelasannya:

1) Buletin

Buletin adalah media cetak berupa selebaran atau majalah, berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yang diterbitkan secara periodik oleh suatu organisasi atau lembaga untuk kelompok profesi tertentu. Buletin Kota Binjai ini berisi kegiatan dan cerita inspiratif seputar KPU Kota Binjai. Pembuatannya pun dilakukan setiap semester.



Gambar 1 Buletin Kota Binjai

2) Film

Film adalah serangkaian gambar diam, yang ketika ditampilkan pada layar akan menciptakan ilusi gambar bergerak yang dikarenakan efek fenomena phi. KPU Kota Binjai menggunakan film berjudul "Kejarlah Janji" sebagai salah satu media komunikasi untuk meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula.

Film ini mengisahkan tentang perjuangan seorang Pertiwi ibu tunggal yang menjadi tulang punggung keluar atas tiga anaknya yang sudah dewasa dan mencari jati diri. Suaminya dulu pernah kalah dalam pilkades dan hal ini menyebabkan anak-anaknya ingin membalas dendam. Akibat hal tersebut terjadilah kekacauan dan konflik akibat panasnya kontestasi menjelang pemilihan umum di desa.



Gambar 2 Poster Film "Kejarlah Janji"

### 3) Website

Dalam hal ini, KPU Kota Binjai menggunakan website dengan domain <https://kota-binjai.kpu.go.id/> untuk memberikan pelayanan dan informasi terkini terkait aktivitas kpu dan pemilu sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi kebijakan publik.



Gambar 3 Beranda Website Resmi KPU Kota Binjai

### 4) Media sosial

Media sosial adalah pelatar digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa foto, tulisan, video dan pelataran digital ini juga menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Adapun

media sosial yang digunakan KPU Kota Binjai dalam melakukan strategi komunikasi untuk meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula, yaitu:

- Instagram @kpu kotabinjai berisi desain infografis, foto dan caption yang diposting melalui feed dan story. Pada akun ini terdapat 4.137 postingan, 3.011 pengikut, 474 mengikuti dan disetiap postingan rata-rata mendapatkan like sebanyak 25-50 like.
- Tiktok @kpu kotabinjai berisi video singkat kegiatan KPU Kota Binjai yang sudah diedit dengan sangat menarik. Dalam akun tiktok ini terdiri atas 111 pengikut, 39 mengikuti, 221 like dan setiap postingan akan ditayangkan selama 151-933 kali.
- Youtube KPU Kota Binjai yang berisi video singkat berdurasi 1-3 menit terkait aktivitas KPU Binjai. Akun ini memiliki 34 video dan 217 subscriber.

### d. Komunikasikan

Sesuai dengan judul dan objek penelitian ini yang menjadi komunikasikan adalah pemilih pemula dengan rentan usia 17-21 tahun. Sebelum berkomunikasi dengan komunikasikan, tim KPU Kota Binjai akan menyesuaikan pesan sesuai dengan karakteristik, latar belakang pendidikan dan hobby komunikasikan.

Dalam melakukan komunikasikan juga, komunikator KPU Kota Binjai harus menciptakan pesan yang mampu menciptakan kreativitas, idealisme dan kebermanfaatannya agar komunikasikan yang

berasal dari generasi z atau pemilih pemula tertarik dengan pesan yang disampaikan.

## **B. Efek Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum**

Adapun dampak yang dirasakan akibat strategi komunikasi publik KPU Kota Binjai Dalam Meningkatkan Literasi dan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024, yaitu:

### **1. Efek Kognitif**

Efek kognitif merupakan akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam hal ini komunikan yang merupakan mahasiswa dan pelajar kota Binjai yang sekaligus pemilih pemula mendapatkan informasi berupa pengetahuan baru terkait pemilu, demokrasi dan KPU.

### **2. Efek Afektif**

Efek afektif adalah efek yang berhubungan dengan emosi dan perasaan. Setelah mendapatkan kegiatan komunikasi KPU melalui sosialisasi, menonton film maka pemilih pemula merasa bersemangat untuk belajar dan meningkatkan literasi terkait pemilu terutama tentang latarbelakang calon pemimpin daerah dan calon legislatif.

### **3. Efek Behavioral**

Efek behavioral berhubungan dengan perilaku untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu. Pemilih pemula setelah mendapatkan sosialisasi, menonton film dan melihat sosial media KPU Kota Binjai merasa harus ikut andil dalam berpartisipasi pada pemilu kota Binjai

dengan cara ikut dalam pemilihan suara yang dilakukan di tps dan ada juga yang mengikuti menjadi badan adhoc.

## **C. Hambatan Strategi Komunikasi KPU Kota Binjai**

Dalam menjalankan strategi komunikasi publik KPU Kota Binjai merasakan adanya hambatan psikologi. Hambatan ini disebabkan karena adanya gangguan psikologi yang ada di dalam diri komunikator atau komunikan ketika proses komunikasi berlangsung, seperti prasangka buruk tentang suatu ide, emosi yang ekstrim dan melamun.

Adapun hambatan psikologi yang dialami oleh KPU Kota Binjai dalam menjalankan strategi komunikasi, yaitu peserta atau komunikan sosialisasi tidak antusias dalam memberikan feedback dan terkadang para siswa cenderung idealis merasa KPU tidak benar sehingga terkesan sombong. Kemudian, dalam mengatasi hambatan ini KPU Kota Binjai menggunakan cara dengan memberikan hadiah souvenir berupa jam dinding, mug, payung, dan boneka maskot pemilu sebagai hadiah kepada para penanya dan pemberi jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh tim KPU ketika melaksanakan sosialisasi, roadshow atau nonton film bersama.

## **KESIMPULAN**

Komisi Pemilihan Umum Kota Binjai telah melaksanakan strategi komunikasi dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula pada pemilu 2024 dengan baik dimana KPU Kota Binjai memperhatikan elemen komunikasi mulai dari komunikator,

pesan, media, dan efek yang mana saling berhubungan dan berpengaruh satu sama lainnya. Kemudian sebelum melakukan strategi KPU Komunikasi KPU Kota Binjai akan melakukan perencanaan, pengimplementasian dan evaluasi.

Terdapat tiga efek strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh KPU Kota Binjai terhadap pemilih pemula khususnya pelajar sekolah menengah atas (SMA) dan sekolah menengah kejuruan (SMK) dan mahasiswa perguruan tinggi (PT) di Binjai, yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral.

Hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan strategi komunikasi KPU dalam meningkatkan literasi dan partisipasi pemilih pemula adalah hambatan psikologis. Dimana peserta kurang antusias memberi feedback sehingga KPU Kota Binjai memberikan souvenir sebagai hadiah untuk mengatasi hambatan tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nurkhin, S Martono, Muhsin, Fachrurrozie, dan M. F. (2021). Jurnal implementasi. *Jurnal Implementasi*, 1(2), 139–145.
- Alvat, P. A. (2020). *Refleksi Indonesia*. (Guepedia, Ed.). Bogor: Guepedia.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fauziah, A. R., Bimantara, C. S., Bahrenina, K. A., & Pertiwi, Y. E. (2023). Meningkatkan Kualitas Pemilu Serentak Tahun 2024 Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Kajian Konstitusi*, 3(1), 51.
- Hartono, M. I. A., K, R. C., & Rosalia, F. (2023). MELINTASI HAMBATAN ETIKA : Tinjauan Terhadap Kemandirian dalam Seleksi Penyelenggara Pemilu Pada KPU dan BAWASLU, 6(4), 1276–1287.
- Heryanto, G. G. (2019). *Literasi Politik Dinamika Konsolidasi Demokrasi Indonesia Pascareformasi*. Yogyakarta: Diva Press Group.
- Rosady, R. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Subroto, E. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Linguistik Struktural*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Sutisna, A. (2017). Peningkatan Literasi Politik Pemilih Pemula Melalui Pendekatan Pembelajaran Kontekstual. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP UNTIRTA 2017*, 6(2), 257–270.
- Sutopo, H. . (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian)*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Tanjung, T. (2023). Mengenal Sistem Proporsional Terbuka Di Indonesia Menuju Pemilihan Umum Tahun 2024. *BULLET : Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(1), 125–133. Retrieved from <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet>
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*. Yogyakarta: Deepublish.