

Inovasi Sosialisasi Pemilu Oleh Kpu Kota Bandung Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024

Fathurahman Ghani¹

¹Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Corresponding Email: faturohmansdmy@gmail.com

Keywords:

*Inovasi Sosialisasi
Partisipasi Pemilih
Generasi Z*

Abstract: *Tingkat partisipasi pemilih muda, khususnya generasi Z, masih menjadi tantangan dalam setiap penyelenggaraan pemilu di Indonesia. Kecenderungan apatis terhadap politik mendorong perlunya strategi sosialisasi yang inovatif dan relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk inovasi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Bandung dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, penelitian ini mengkaji strategi KPU yang melibatkan pendekatan edukatif, partisipatif, dan pemanfaatan teknologi serta budaya lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kota Bandung berhasil mengemas informasi kepemiluan dalam bentuk kegiatan kreatif seperti kampanye digital melalui media sosial, simulasi pencoblosan, pertunjukan seni lokal seperti tari Jaipong, serta pelibatan generasi Z sebagai duta dan relawan pemilu. Pendekatan ini terbukti efektif meningkatkan kesadaran politik dan minat pemilih muda untuk berpartisipasi, tercermin dari capaian partisipasi pemilih sebesar 82,9% yang melampaui rata-rata provinsi dan nasional. Inovasi yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang adaptif terhadap karakteristik generasi muda dapat mendorong partisipasi yang lebih luas, inklusif, dan berkelanjutan. Temuan ini diharapkan menjadi rujukan bagi KPU di daerah lain dalam mengembangkan model sosialisasi yang responsif terhadap dinamika pemilih digital.*

Pendahuluan

Inovasi merupakan proses menciptakan atau memodifikasi suatu gagasan, metode, atau produk untuk menghasilkan pembaruan yang memberikan nilai tambah. Secara komprehensif, inovasi mencakup aspek ide, implementasi, dan dampaknya terhadap perubahan sosial, ekonomi, maupun budaya dalam masyarakat (Nasution & Kartajaya, 2018). Dalam konteks kelembagaan, inovasi menjadi kunci untuk meningkatkan efektivitas layanan dan menjawab tantangan yang terus berkembang.

Sosialisasi merupakan proses penyampaian informasi, nilai, atau norma kepada individu atau kelompok agar mereka memahami dan menerima suatu konsep atau kebijakan tertentu (Muspawi et al., 2023). Dalam kaitannya dengan inovasi, sosialisasi berperan penting

sebagai jembatan antara pembaruan yang diciptakan dan penerimaan masyarakat terhadap perubahan tersebut. Tanpa sosialisasi yang efektif, inovasi berisiko tidak mencapai tujuannya karena kurangnya pemahaman dan partisipasi public (Hildawati et al., 2024).

KPU Kota Bandung menghadirkan inovasi dalam sosialisasi pemilu 2024 melalui pendekatan edukatif yang dikemas dalam tema “Sosialisasi Pendidikan Pemilih”, dengan fokus utama pada segmen pemilih pemula, khususnya generasi Z. Melalui program bertajuk “Gen Z Ambil Peran Sukseskan Pemilu 2024”, KPU memanfaatkan media sosial, kolaborasi komunitas, hingga metode partisipatif seperti diskusi interaktif dan simulasi pencoblosan untuk menjangkau generasi muda secara lebih efektif. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman politik generasi Z, tetapi juga mendorong mereka untuk aktif berpartisipasi dalam proses demokrasi secara sadar dan bertanggung jawab (Ausath, 2024).

Pada Pemilu 2024, KPU Kota Bandung berhasil mencatatkan tingkat partisipasi pemilih sebesar 82,9%, melampaui rata-rata Provinsi Jawa Barat (82,3%) maupun nasional (81,8%). Capaian ini tidak terlepas dari berbagai inovasi sosialisasi yang kreatif dan kontekstual, seperti penyelenggaraan pertunjukan stand-up comedy dan tari Jaipong massal, yang dirancang untuk menarik perhatian publik, khususnya generasi muda, terhadap pentingnya pemilu. Atas keberhasilan tersebut, KPU Kota Bandung mendapat apresiasi dari KPU RI sebagai salah satu satuan kerja terbaik dalam penyelenggaraan Pemilu dan Pilkada 2024, sekaligus menegaskan efektivitas pendekatan sosialisasi berbasis edukasi dan kebudayaan lokal (KPU Kota Bandung, 2023).

KPU Kota Bandung menyadari pentingnya keterlibatan generasi muda sebagai agen perubahan dalam demokrasi. Oleh karena itu, berbagai program sosialisasi dirancang secara khusus untuk menjangkau pemilih pemula dan generasi Z, dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik dan minat mereka. Partisipasi aktif generasi muda menjadi indikator keberhasilan strategi ini dalam membangun kesadaran politik sejak dini (Pratama et al., 2024).

Efektivitas sosialisasi ditunjukkan melalui penggunaan metode yang komunikatif, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat. KPU Kota Bandung memadukan media tradisional dan digital serta menggelar kegiatan berbasis komunitas untuk memastikan pesan pemilu sampai ke berbagai lapisan masyarakat. Strategi ini mampu membangun pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai pentingnya partisipasi dalam pemilu (Afika et al., 2024).

Pemanfaatan infrastruktur teknologi menjadi kunci dalam memperluas jangkauan sosialisasi pemilu. KPU Kota Bandung mengoptimalkan media sosial, platform digital, dan aplikasi informasi pemilu sebagai sarana edukasi yang cepat dan responsif. Dukungan teknologi ini memperkuat efektivitas komunikasi dan meningkatkan aksesibilitas informasi bagi masyarakat, khususnya generasi digital (Putra, 2024).

Ketiga paragraf tersebut memiliki persamaan dalam tujuan utamanya, yaitu meningkatkan partisipasi pemilih melalui pendekatan yang relevan dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Baik pelibatan generasi muda, sosialisasi yang efektif, maupun pemanfaatan teknologi, semuanya menekankan pentingnya strategi komunikasi yang tepat sasaran. Perbedaannya terletak pada fokus pendekatannya: pelibatan generasi muda menyoroti aspek partisipatif, sosialisasi efektif menekankan metode penyampaian pesan, sedangkan infrastruktur teknologi berfokus pada media dan alat bantu yang digunakan. Meskipun berbeda dalam pendekatan, ketiganya saling melengkapi dalam mendukung keberhasilan sosialisasi pemilu. Integrasi dari ketiga elemen tersebut menjadi kunci tercapainya partisipasi politik yang lebih luas dan inklusif.

Novelty dari penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap inovasi sosialisasi pemilu yang dilakukan oleh KPU Kota Bandung secara spesifik kepada generasi Z melalui pendekatan budaya populer dan digital. Penelitian ini juga menyoroti integrasi strategi edukatif, partisipatif, dan teknologi dalam meningkatkan partisipasi pemilih, yang belum banyak dibahas secara komprehensif dalam penelitian sebelumnya. Selain itu, studi ini didukung oleh data partisipasi aktual Pemilu 2024 serta penghargaan institusional, yang memperkuat relevansi dan kontribusi empirisnya.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada pentingnya memahami strategi yang efektif dalam meningkatkan partisipasi pemilih, khususnya di kalangan generasi muda yang cenderung apatis terhadap politik. Di tengah menurunnya kepercayaan publik terhadap proses demokrasi, inovasi sosialisasi pemilu menjadi kunci untuk membangun kesadaran politik dan memperkuat legitimasi pemilu. Penelitian ini menjadi relevan sebagai upaya untuk mengevaluasi dan merekomendasikan model sosialisasi yang adaptif, partisipatif, dan berbasis teknologi, guna mendukung penyelenggaraan pemilu yang lebih inklusif dan responsif terhadap dinamika generasi digital.

Kajian Pusataka

Teori Inovasi dalam Pelayanan Publik

Teori inovasi menurut Everett M. Rogers dalam Haryani (2025) menjelaskan bahwa inovasi adalah suatu ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok, dan penyebarannya sangat dipengaruhi oleh karakteristik inovasi serta media komunikasi yang digunakan. Dalam konteks pelayanan publik, inovasi menjadi instrumen penting untuk merespons kebutuhan masyarakat yang terus berubah. KPU sebagai lembaga publik dituntut untuk berinovasi dalam menyampaikan informasi kepemiluan agar lebih efektif dan inklusif. Oleh karena itu, pendekatan inovatif dalam sosialisasi pemilu menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

Sosialisasi Politik dan Pendidikan Pemilih

Sosialisasi politik merupakan proses pembelajaran nilai, norma, dan informasi politik yang bertujuan membentuk kesadaran serta partisipasi warga negara dalam kehidupan demokrasi (Sapera, 2022). Dalam konteks pemilu, sosialisasi berperan penting untuk memastikan masyarakat memahami hak dan tanggung jawabnya sebagai pemilih. Pendidikan pemilih menjadi bentuk sosialisasi yang lebih substantif, karena tidak hanya menyampaikan informasi teknis, tetapi juga membangun kesadaran kritis. Oleh karena itu, strategi pendidikan pemilih yang efektif menjadi dasar penting dalam membangun pemilu yang partisipatif dan berkualitas (Farikyansyah, 2024).

Peran Generasi Z dalam Partisipasi Politik

Generasi Z dikenal sebagai kelompok digital native yang memiliki karakteristik unik dalam menerima informasi dan membangun opini. Studi dari Twenge dalam Swari et al., (2025) menunjukkan bahwa Gen Z lebih responsif terhadap komunikasi visual, interaktif, dan berbasis teknologi. Dalam konteks politik, mereka cenderung partisipatif jika pendekatan yang digunakan relevan dengan nilai dan gaya hidup mereka. Oleh karena itu, strategi sosialisasi pemilu perlu disesuaikan dengan pola komunikasi dan preferensi media generasi ini untuk meningkatkan efektivitasnya.

Pemanfaatan Teknologi dalam Sosialisasi Pemilu

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara lembaga publik berinteraksi dengan masyarakat. Dalam penyelenggaraan pemilu, media sosial dan platform digital menjadi sarana strategis untuk menyebarkan informasi secara luas, cepat, dan interaktif (Norris dalam Wahyuningtyas et al., 2025)). KPU Kota Bandung memanfaatkan berbagai kanal digital untuk menjangkau pemilih, terutama kalangan muda yang lebih aktif di ruang digital. Penggunaan teknologi ini bukan hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog yang mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam demokrasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk menganalisis efektivitas strategi sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Bandung dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam dan menyeluruh bagaimana proses, strategi, serta dampak dari sosialisasi yang dilakukan, khususnya dalam menjangkau segmen pemilih muda seperti generasi Z (Sulistyo, 2023).

Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi konteks nyata di lapangan, memahami dinamika lokal, serta menyoroti praktik-praktik inovatif yang berhasil diterapkan oleh KPU Kota Bandung. Pemilihan studi kasus ini juga didasarkan pada pertimbangan bahwa pengalaman KPU Kota Bandung yang mampu mencatatkan tingkat partisipasi pemilih yang tinggi dapat menjadi contoh atau model yang inspiratif bagi KPU di daerah lain. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu administrasi publik dan komunikasi politik, tetapi juga berdampak praktis dalam memperkuat kualitas demokrasi di Indonesia melalui peningkatan partisipasi masyarakat dalam pemilu yang akan datang.

Hasil dan Pembahasan

Inovasi Strategi Sosialisasi KPU Kota Bandung

KPU Kota Bandung menyadari pentingnya pendekatan yang segar dan adaptif dalam menyampaikan informasi kepemiluan. Oleh karena itu, mereka merancang berbagai inovasi strategi sosialisasi yang tidak hanya berorientasi pada penyampaian

informasi semata, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif masyarakat, terutama pemilih pemula dari kalangan generasi Z. Salah satu terobosannya adalah dengan mengemas pesan-pesan pemilu dalam bentuk konten edukatif yang dibalut dengan media hiburan dan kebudayaan lokal.

Contoh nyata dari inovasi ini adalah kegiatan “Gen Z Ambil Peran Sukseskan Pemilu 2024”, yang menggabungkan edukasi pemilih dengan aktivitas menarik seperti stand-up comedy, lomba reels pemilu, simulasi pencoblosan, dan pertunjukan tari Jaipong. Pendekatan ini terbukti mampu menarik perhatian pemilih muda yang umumnya lebih responsif terhadap visual, hiburan, dan kegiatan interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik target audiens menjadi kunci keberhasilan dalam sosialisasi politik.

Inovasi-inovasi ini dirancang berdasarkan pemetaan segmentasi pemilih dan evaluasi terhadap tren komunikasi digital. Selain menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau pemilih muda, KPU juga menggandeng komunitas lokal dan lembaga pendidikan untuk memperluas jangkauan sosialisasi. Ini menjadi bukti bahwa KPU Kota Bandung telah mengadopsi prinsip pelayanan publik berbasis inovasi sesuai dengan teori Rogers, yang menekankan pentingnya difusi inovasi melalui saluran komunikasi yang tepat.

Pelibatan Generasi Z dalam Sosialisasi Pemilu

Generasi Z merupakan segmen pemilih yang sangat krusial dalam menentukan arah demokrasi ke depan. KPU Kota Bandung menjadikan mereka sebagai sasaran utama dalam berbagai kegiatan sosialisasi, karena kelompok ini dikenal lebih digital-native, kritis, dan dinamis. Pelibatan Gen Z dilakukan bukan hanya sebagai objek penerima informasi, tetapi juga sebagai subjek yang terlibat dalam proses penyebaran informasi kepemiluan.

Partisipasi Gen Z terlihat melalui kegiatan sukarelawan pemilu, duta pemilu, dan kolaborasi dengan organisasi pelajar dan mahasiswa. Mereka dilibatkan dalam merancang dan menyampaikan materi sosialisasi dalam bentuk konten kreatif seperti podcast, video pendek, dan meme edukatif. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan

pemahaman mereka terhadap proses pemilu, tetapi juga mendorong sense of ownership terhadap demokrasi.

Pendekatan ini sejalan dengan gagasan partisipasi politik deliberatif, di mana pemilih tidak hanya memilih, tetapi juga memahami dan mendiskusikan pilihan politik mereka secara rasional. Hasil observasi menunjukkan bahwa Gen Z yang terlibat dalam kegiatan sosialisasi merasa lebih percaya diri untuk menyuarakan pendapat politiknya dan lebih termotivasi untuk hadir di TPS. Ini menjadi bukti bahwa pelibatan aktif mampu mengikis sikap apatis dan memperkuat kesadaran politik generasi muda.

Efektivitas Media Digital dalam Penyebaran Informasi Pemilu

Media digital menjadi tulang punggung dalam strategi sosialisasi KPU Kota Bandung, terutama untuk menjangkau kalangan muda. Penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp secara intensif digunakan untuk menyampaikan informasi terkait tahapan pemilu, tata cara pencoblosan, serta pentingnya partisipasi aktif. Konten disajikan dalam format yang ringan, interaktif, dan mudah dibagikan, sehingga lebih cepat menyebar di kalangan netizen muda.

Berdasarkan dokumentasi dan wawancara, ditemukan bahwa konten-konten seperti reels kampanye anti-golput, tutorial mencoblos, serta kuis interaktif di media sosial mendapat engagement yang tinggi dari pengguna. Bahkan beberapa konten KPU Kota Bandung berhasil viral di tingkat lokal dan menginspirasi daerah lain. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi informasi, jika dikelola dengan tepat, dapat memperkuat kesadaran pemilih dengan cara yang menyenangkan dan tidak menggurui.

Namun demikian, efektivitas media digital tetap membutuhkan pengawasan terhadap potensi hoaks dan disinformasi. Oleh karena itu, KPU juga aktif melakukan klarifikasi dan literasi digital kepada publik. Edukasi tentang cara memverifikasi informasi menjadi bagian penting dalam menjaga integritas pemilu di tengah banjir informasi digital. Dengan pendekatan ini, KPU tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk menjadi pemilih yang cerdas dan kritis.

Integrasi Budaya Lokal dalam Sosialisasi Politik

Salah satu keunikan dari sosialisasi pemilu di Kota Bandung adalah integrasi budaya lokal dalam setiap kegiatan. KPU memanfaatkan kekuatan budaya sebagai media

komunikasi yang dekat dengan masyarakat. Misalnya, pertunjukan tari Jaipong massal yang digelar di alun-alun kota diselipkan dengan pesan-pesan kepemiluan. Ini merupakan pendekatan simbolik dan edukatif yang menggabungkan nilai tradisional dengan pesan demokrasi.

Strategi ini terbukti efektif dalam menarik perhatian masyarakat lintas usia, termasuk generasi muda yang mulai mengapresiasi kembali identitas lokal mereka. Dengan menghadirkan pesan pemilu dalam bentuk seni dan budaya, KPU mampu mengatasi kejenuhan terhadap model sosialisasi formal yang biasanya bersifat satu arah dan monoton. Pendekatan budaya ini tidak hanya memperkuat kedekatan emosional masyarakat terhadap isu pemilu, tetapi juga memperkuat legitimasi pesan yang disampaikan.

Integrasi budaya dalam konteks ini juga mencerminkan prinsip inklusivitas, di mana seluruh elemen masyarakat merasa dilibatkan dan dihargai dalam proses demokrasi. Hal ini sejalan dengan konsep pelayanan publik partisipatif yang tidak hanya menasar efisiensi, tetapi juga sensitivitas terhadap nilai lokal. Praktik ini dapat menjadi contoh bagi daerah lain dalam mengembangkan strategi komunikasi politik berbasis kearifan lokal.

Dampak Inovasi Sosialisasi terhadap Peningkatan Partisipasi

Hasil inovasi-inovasi tersebut tercermin dari peningkatan signifikan partisipasi pemilih di Kota Bandung yang mencapai 82,9%, melampaui rata-rata provinsi maupun nasional. Capaian ini menunjukkan bahwa strategi sosialisasi yang adaptif dan berbasis kebutuhan pemilih mampu menghasilkan dampak nyata terhadap perilaku memilih. Partisipasi tinggi ini juga menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan keterlibatan politik masyarakat, terutama dari kelompok muda.

Wawancara dengan pihak KPU menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan kolaboratif menjadi kunci keberhasilan ini. Dukungan dari komunitas, lembaga pendidikan, dan relawan muda memperluas jangkauan sosialisasi hingga ke tingkat akar rumput. Selain itu, pemilih merasa bahwa proses pemilu bukan sekadar ritual lima tahunan, tetapi juga wadah aktualisasi aspirasi dan identitas politik mereka.

Secara konseptual, keberhasilan KPU Kota Bandung menguatkan asumsi bahwa inovasi dalam pelayanan publik, jika didasarkan pada pemahaman terhadap kebutuhan dan karakteristik masyarakat, dapat meningkatkan efektivitas layanan. Dalam konteks ini, sosialisasi pemilu sebagai layanan publik tidak hanya berhasil menginformasikan, tetapi juga menginspirasi dan menggerakkan. Ini menunjukkan pentingnya keberlanjutan strategi inovatif dalam setiap tahapan pemilu ke depan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa KPU Kota Bandung berhasil menghadirkan berbagai inovasi sosialisasi pemilu yang adaptif dan kontekstual dalam meningkatkan partisipasi pemilih, khususnya di kalangan generasi Z. Inovasi tersebut diwujudkan melalui pendekatan edukatif yang dikemas secara kreatif, seperti kegiatan "Gen Z Ambil Peran", pertunjukan budaya, serta pemanfaatan media sosial dan konten digital yang relevan dengan gaya komunikasi generasi muda. Selain menjadi sasaran informasi, generasi Z juga dilibatkan secara aktif dalam proses sosialisasi, sehingga membentuk rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap proses demokrasi.

Pendekatan berbasis teknologi, budaya lokal, serta pelibatan komunitas terbukti efektif dalam membangun kesadaran politik dan meningkatkan partisipasi pemilu secara signifikan, yang ditunjukkan oleh capaian partisipasi sebesar 82,9% di Kota Bandung. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi sosialisasi yang inovatif, partisipatif, dan berorientasi pada karakteristik pemilih mampu menciptakan proses demokrasi yang lebih inklusif, responsif, dan berkelanjutan. Inovasi sosialisasi pemilu yang dilakukan oleh KPU Kota Bandung dapat menjadi model inspiratif bagi daerah lain dalam mengembangkan pelayanan publik yang lebih efektif dalam konteks pendidikan pemilih dan partisipasi politik.

References

- Afika, S. N., Darajah, A., Arrohmadi, L. L., Anggraini, J. P., & Rahmanto, S. (2024). Efektivitas Sosialisasi Dalam Pelaksanaan Pemilu Serentak 2024 Di Kabupaten Sidoarjo. *Journal Publicuho*, 7(3), 1041-1053.
- Ausath, J. A. (2024). Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) dalam meningkatkan Pemilih Pemula Gen Z Pada Pemilu 2024 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Farikiansyah, I. M., Salamah, M. N., Rokhimah, A. U., Ma'rifah, L., Faruq, F. N. F., & Al Gufron, M. A. (2024). Meningkatkan Partisipasi Pemilu melalui Literasi Politik Pemuda Milenial dalam Pendidikan Kewarganegaraan. *Journal of Education Research*, 5(4), 6512-6523.
- Haryani, Y. (2025). Perilaku Shopaholic sebagai Tantangan Global dalam Perspektif Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 4(1), 135-140.
- Hildawati, H., Erlianti, D., Mursalim, S. W., Fallz, I., Puspawati, E., Sintari, S. N. N., & Islah, K. (2024). Buku Ajar Teori Administrasi Publik. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Komisi Pemilihan Umum. (2023). Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 25 Tahun 2023 tentang Pemungutan dan Penghitungan Suara dalam Pemilihan Umum. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 1013. Tersedia di <https://jdih.kpu.go.id/peraturan-kpu/detail/MehQ6xPdYOYvrsPjVDXThDdiUIBVYVdOT21RSXFOMTZtMFFGR2c9PQ>
- Muspawati, M., & Gulo, C. A. (2023). Konsep Dasar Komunikasi Organisasi. *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan*, 12(2).
- Nasution, A. H., & Kartajaya, H. (2018). Inovasi. Penerbit Andi.
- Pratama, I. N., Hadi, A., & Umami, R. (2024). Penguatan Partisipasi Politik Inklusif Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Keterlibatan Generasi Z Pada Pemilu 2024 Di Desa Bagik Polak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2986-2993.
- Putra, A. M. H. (2024). Keterbukaan Informasi Publik Melalui Pemanfaatan Media Sosial di Komisi Pemilihan Umum Kota Sawahlunto (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Sulistiyo, U. (2023). Metode penelitian kualitatif. PT Salim Media Indonesia.

Swari, N. K. T. N., Pramana, G. I., & Noak, P. A. (2025). Dampak Penggunaan Media Sosial Dan Kampanye Digital Terhadap Perilaku Pemilih Pemula (Gen Z) Dalam Pilkada Bali. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial, 8(5), 61-70.