

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2009). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Edisi revisi, cetakan kedua. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Badrun, U. (2018). *Menjadi Aktivis Kampus Zaman Now: Intelektualitas Gerakan, Godaan Kekuasaan, dan Masa Depan Aktivis*. Jakarta: Bumi Aksara.

Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Edisi ke-3). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Joyce, M. (2010). *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. New York: International Debate Education Association.

Knobloch-Westerwick, S. (2014). *Choice and Preference in Media Use: Advances in Selective Exposure*. New York: Routledge.

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. (Edisi pertama). Jakarta: Kencana.

McCaughey, M., & Ayers, M. D. (Eds.). (2003). *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. Routledge.

Porta, D. D., & Diani, M. (2006). *Social Movements: An Introduction*. (Edisi ke-2). Malden, MA: Blackwell Publishing.

Ricketts, A. (2012). *The Activists' Handbook: A Step-by-step Guide to Participatory Democracy*. London: Zed Books.

Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sparks, G. G. (2016). *Media Effects Research: A Basic Overview*. Edisi ke-5. USA: Cengage Learning.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suparno, B. A., Muktiyo, W., & Susilastuti. (2016). *Media komunikasi: Representasi budaya dan kekuasaan*. Edisi ke-1. UPT Penerbitan dan Pencetakan UNS (UNS Press).

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Edisi ke-3. New York: Harper & Row.

Jurnal Internasional

Biocca, F. (2016). Opposing Conceptions of The Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory. *Annals of the International Communication Association*, 11(1), 53–78.

George, J. J., & Leidner, D. E. (2019). From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism. *Information and organization*, 29(3), 1-45.

Rogers, R. (2021). Visual Media Analysis For Instagram and Other Online Platforms. *Big Data & Society*, 8(1), 1-23.

Jurnal Nasional

Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z di Aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 4409-4415.

Anshori, K., & Binastuti, S. (2024). Pengaruh Konten, Terpaan Media dan Kredibilitas Akun Instagram@ tempodotco terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Followers. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 127-146.

Halim, U., & Jauhari, K. D. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Partisipasi Politik Dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Aspikom*, 4(1), 45-59.

Husen, M. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Pengguna Instagram. *Alamtara : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), Hal 267.

Judijanto, L., Wandan, H., Ayu, N., Triyantoro, A., & Suroso, S. (2024). Pengaruh Politik Identitas dan Penggunaan Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Digital Pemilih Milenial dan Gen Z di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(1). Hal 24-35.

Misnawati, D., Perdana, B., Ariana, S., Damayanti, N., & Saputra, D. R. (2025). Filter Bubble Phenomenon on Instagram and Its Impact on Teenagers Lifestyle and Social Interaction. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 7(3), 973-985.

Mujiarto, C. A., Simamora, F., & Almaida, N. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Politik Instagram@ bijakmemilih.id Terhadap Minat Memilih di Pemilu 2024. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 13(2), 63-71.

Nerista, A. N., Mahardhani, A. J., & Sulton. (2025). The Effect Of Social Media Platform Use Intensity On Students' Digital Political Participation. *JHSS (Journal of Humanities And Social Studies)*, 9(3), 252-258.

Putri, A. T. P., & Triyono, A. (2025). Pengaruh Terpaan Media X@ Timpenguinnas Terhadap Pandangan Politik Generasi Z. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 7(2), 304-319.

Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). Aktivisme Digital dan Pemanfaatan Media Baru Sebagai Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat Atas Isu Lingkungan. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231-246.

Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 6(1), 60-73.

Sari, W. P., Putriana, M., Bachtera, R. A., Firdaus, M. R., Wihadi, A., Reyfaldi, R. A., & Sadewo, R. (2024). Terpaan Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Pada Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 6(1), 26-38.

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037.

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87.

Tesis

Atmojo, D. P. (2025). *Hierarki Aktivisme: Digitalisasi Mengubah Struktur Aktivisme*. Tesis. Universitas Gadjah Mada.

Website/Laman

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Tingkat penetrasi internet di Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/survei>.

Dewi, S. *Kisah Najwa Shihab di Awal Bentuk Narasi: Takut Tak Bisa Gaji Pegawai*. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/cerita-najwashihabtakuttidak-bisa-gaji-pegawai-awal-bentuk-narasi-00-bbwlv-h1zdg0?page=all>.

We Are Social. (2025). *Digital 2025: Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>.

We Are Social. (2025). *Digital 2025: Jumlah pengguna media sosial di Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>.

