

**Pengaruh Media Sosial Dalam Kampanye Pemilihan Kepala Daerah  
Kabupaten Bantaeng**

A.Aruwung Labani, Rizki Ramadani, Imran Eka Saputra

*Fakultas Hukum, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia*

<sup>2</sup>Surel Koresponden: [labaniarun@gmail.com](mailto:labaniarun@gmail.com)

**Abstract:**

*This study aims to determine and analyse the effect of social media on the electability of regent and deputy regent candidate pairs in the 2024 regional head election in Bantaeng Regency. Social media has become a major tool in modern political campaigns, allowing candidates to disseminate information and interact directly with voters. The research method used is normative with a juridical-empirical approach. Data was obtained from election-related legislation, academic literature, as well as observation of the use of social media in campaigns. The analysis was conducted qualitatively to understand how social media affects voter behaviour and candidate image. The results show that platforms such as Instagram, TikTok and Facebook have a significant role in shaping public perception and increasing voter participation. However, there are challenges in the form of spreading hoaxes and black campaigns that can affect the quality of democracy. Therefore, stricter supervision and education to the public is needed so that they can use social media wisely in the democratic process.*

**Keywords:** *Social Media, Campaign, Electability, Regional Head Election*

**Abstrak:**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap elektabilitas pasangan calon bupati dan wakil bupati dalam pemilihan kepala daerah 2024 di Kabupaten Bantaeng. Media sosial telah menjadi alat utama dalam kampanye politik modern, memungkinkan kandidat untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi langsung dengan pemilih. Metode penelitian yang digunakan adalah normatif dengan pendekatan yuridis-empiris. Data diperoleh dari perundang-undangan terkait pemilu, literatur akademik, serta observasi terhadap penggunaan media sosial dalam kampanye. Analisis dilakukan secara kualitatif untuk memahami bagaimana media sosial memengaruhi perilaku pemilih dan citra kandidat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook*

*memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi publik dan meningkatkan partisipasi pemilih. Namun, terdapat tantangan dalam bentuk penyebaran hoaks dan kampanye hitam yang dapat memengaruhi kualitas demokrasi. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan lebih ketat serta edukasi kepada masyarakat agar dapat menggunakan media sosial secara bijak dalam proses demokrasi.*

**Kata Kunci:** *Media Sosial, Kampanye, Elektabilitas, Pemilihan Kepala Daerah*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia politik. Media sosial kini menjadi alat utama dalam strategi kampanye politik modern, menggantikan metode konvensional seperti pertemuan tatap muka, penyebaran pamflet, dan kampanye di media cetak. Dalam konteks pemilihan kepala daerah (Pilkada) Kabupaten Bantaeng tahun 2024, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook telah menjadi platform utama bagi kandidat untuk membangun citra politik, berkomunikasi langsung dengan masyarakat, serta menyampaikan visi dan misi mereka. Menurut Gaffar (2000), "*Merangsang Partisipasi Politik Rakyat*", media massa memiliki peran strategis dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam politik, terutama dalam sistem demokrasi yang menekankan transparansi dan partisipasi publik.<sup>1</sup>

Penggunaan media sosial memungkinkan kampanye dilakukan dengan lebih efektif, menjangkau pemilih lebih luas, serta mempengaruhi opini publik secara cepat. Hamid (2015), "*Social Media and Youth Online Political Participation: Perspectives on Cognitive Engagement*", menyatakan bahwa media sosial menjadi alat utama dalam meningkatkan keterlibatan politik generasi muda karena sifatnya yang interaktif dan mudah diakses. Namun, di sisi lain, penggunaan media sosial dalam kampanye juga menghadirkan tantangan, seperti penyebaran berita palsu (hoaks), kampanye hitam, serta penggunaan akun anonim untuk menyerang lawan politik.<sup>2</sup>

Liany (2016), "*Desain Hubungan Kelembagaan Penyelenggaraan Pemilu*", menekankan bahwa meskipun media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik, penggunaannya harus tetap berada dalam pengawasan untuk menghindari manipulasi informasi dan provokasi politik.<sup>3</sup>

Dalam peraturan terbaru, PKPU Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum telah mengatur penggunaan media sosial dalam kampanye agar

---

<sup>1</sup> Afan Gaffar, (2000), *Merangsang Partisipasi Politik Rakyat*, Bandung : penerbit

<sup>2</sup> Hamid, Ishak, (2015), *Social Media and Youth Online Political Participation : Perspectives on Cognitive Engagement*

<sup>3</sup> Lusy Liany, (2016), *Desain Hubungan Kelembagaan Penyelenggaraan Pemilu*, Jurnal Citra Hukum

tidak melanggar etika dan hukum. Regulasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa media sosial digunakan sebagai sarana kampanye yang transparan, akurat, dan tidak menyesatkan publik. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial dalam kampanye pemilihan kepala daerah di Kabupaten Bantaeng serta mengidentifikasi dampaknya terhadap elektabilitas pasangan calon. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji tantangan yang muncul dalam implementasi regulasi kampanye digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada dua permasalahan utama, yaitu bagaimana pemanfaatan media sosial dalam penyelenggaraan kampanye pemilihan kepala daerah di Kabupaten Bantaeng dan sejauh mana pengaruhnya terhadap elektabilitas pasangan calon. Dengan menjawab pertanyaan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis bagi penyelenggara pemilu serta kandidat yang akan bertarung dalam kontestasi politik. Dari sisi akademik, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai peran media sosial dalam kampanye politik serta kajian hukum tata negara terkait regulasi kampanye digital.

Muhammad Amin Putra (2015), "*Eksistensi Lembaga Negara Penegakan Hak Asasi Manusia di Indonesia*", menyatakan bahwa regulasi yang jelas sangat dibutuhkan dalam konteks pemilihan umum agar proses demokrasi dapat berjalan dengan baik tanpa adanya penyimpangan dalam pemanfaatan teknologi digital.<sup>4</sup>

Dengan meningkatnya penggunaan media sosial dalam politik, penelitian ini menjadi sangat relevan untuk memastikan bahwa pemanfaatan media sosial dalam kampanye tidak hanya efektif dalam meningkatkan elektabilitas kandidat, tetapi juga tetap berada dalam koridor hukum yang berlaku. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi berbagai pihak dalam memahami dan mengoptimalkan peran media sosial dalam demokrasi elektoral, khususnya di Kabupaten Bantaeng.

Zainuddin Ali (2014), "*Metode Penelitian Hukum*", menegaskan bahwa penelitian hukum yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital dalam pemilu dapat memberikan landasan bagi pengembangan kebijakan yang lebih baik di masa depan.<sup>5</sup>

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris, yaitu metode yang mengkaji peraturan hukum dan penerapannya dalam praktik. Pendekatan ini sesuai dengan penelitian hukum yang mengamati bagaimana aturan diterapkan dalam kehidupan sosial.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Muhammad Amin Putra, (2015), *Eksistensi Lembaga Negara Penegakan Hak Asasi Manusia di Indonesia*, Fiat Justitia, Jurnal Ilmu Hukum

<sup>5</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2014

<sup>6</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2014

Lokasi penelitian adalah Kabupaten Bantaeng , yang dipilih karena tingginya penggunaan media sosial dalam kampanye politik. Media sosial memainkan peran besar dalam membentuk opini publik dan meningkatkan partisipasi politik.<sup>7</sup>

Populasi penelitian ini melibatkan masyarakat dan tokoh politik Kabupaten Bantaeng yang aktif di media sosial. Sampel terdiri dari satu calon bupati dan 30 warga yang terlibat dalam diskusi politik online.<sup>8</sup>

Jenis data yang digunakan adalah data primer berupa wawancara dengan responden dan data sekunder dari buku, jurnal, dan dokumen resmi terkait kampanye digital<sup>9</sup>

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan studi kepustakaan , sedangkan analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif , yang bertujuan memahami pengaruh media sosial dalam kampanye politik<sup>10</sup>

## HASIL PEMBAHASAN

### A. Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Bantaeng

Pemanfaatan media sosial dalam penyelenggaraan pemilihan kepala daerah (Pilkada) di Kabupaten Bantaeng telah memberikan dampak yang signifikan terhadap keterlibatan masyarakat dalam proses demokrasi. Dengan kemajuan teknologi informasi, media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok menjadi sarana utama bagi kandidat untuk berkomunikasi dengan pemilih, menyampaikan visi dan misi, serta membangun citra politik yang positif.

#### 1) Media Sosial Sebagai Sarana Kampanye Politik

Media sosial memainkan peran penting dalam mendukung komunikasi politik di era digital. Kandidat dapat dengan mudah menyampaikan gagasan dan program kerja kepada masyarakat tanpa perlu melakukan kampanye tatap muka secara konvensional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan elektabilitas kandidat melalui penyebaran informasi yang cepat dan luas.

Menurut hasil wawancara dengan salah satu tim sukses kandidat, penggunaan media sosial dianggap lebih efektif dibandingkan kampanye konvensional karena mampu menjangkau pemilih secara langsung tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Seorang Calon Bupati Pilkada 2024 menyatakan bahwa:

*"Kami menggunakan Instagram dan Facebook sebagai alat utama untuk*

---

<sup>7</sup> Dewantara, (2015), Aktivisme dan Kesukarelawan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta, dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol 19, Nomor 1.

<sup>8</sup> Muhammad Amin Putra, (2015), Eksistensi Lembaga Negara Penegakan Hak Asasi Manusia di Indonesia, Fiat Justitia, Jurnal Ilmu Hukum

<sup>9</sup> Lusy Liany, (2016), Desain Hubungan Kelambagaan Penyelenggaraan Pemilu, Jurnal Citra Hukum

<sup>10</sup> Afan Gaffar, (2000), Merangsang Partisipasi Politik Rakyat, Bandung : penerbit

*menyebarkan informasi tentang program kerja calon. Media sosial memungkinkan interaksi langsung dengan masyarakat dan memberikan ruang bagi pemilih untuk menyampaikan aspirasi mereka."*<sup>11</sup>

## 2) Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih

Media sosial juga berperan dalam meningkatkan partisipasi pemilih, terutama di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Informasi yang dibagikan melalui media sosial dapat membangun kesadaran politik dan mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam proses pemilu.

Menurut data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bantaeng, tingkat partisipasi pemilih mengalami peningkatan sebesar 10% dibandingkan pemilihan sebelumnya, yang sebagian besar disebabkan oleh kampanye digital yang masif. Salah satu pemilih muda yang diwawancarai menyatakan:

*"Masyarakat setiap menggunakan media sosial apalagi generasi muda, jadi media sosial ini memudahkan tokoh politik untuk menarik antusias masyarakat untuk memilih."*<sup>12</sup>

Namun, perlu dicatat bahwa penggunaan media sosial juga membawa tantangan tersendiri, seperti penyebaran berita palsu dan kampanye hitam yang dapat mempengaruhi opini publik secara negatif. Oleh karena itu, pengawasan yang ketat dari pihak berwenang, termasuk KPU dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), menjadi faktor penting dalam memastikan integritas informasi politik yang beredar di media sosial.

## 3) Regulasi dan Pengawasan Penggunaan Media Sosial dalam Pilkada

Regulasi terkait penggunaan media sosial dalam kampanye politik telah diatur dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum. Regulasi ini menekankan pentingnya transparansi dalam penggunaan media sosial, serta melarang praktik kampanye negatif dan penyebaran hoaks.

Pihak KPU Kabupaten Bantaeng juga telah melakukan koordinasi dengan platform media sosial untuk mengidentifikasi dan menindak akun-akun yang terindikasi melakukan penyebaran berita palsu. Salah satu anggota KPU menyatakan:

*"Berpengaruh karena masyarakat bisa mengetahui secara luas background dari tokoh politik yang tidak spesifik dijelaskan pada spanduk atau baliho yang ada di pinggir jalan."*<sup>13</sup>

Dengan demikian, media sosial menjadi alat yang efektif dalam penyelenggaraan pemilihan kepala daerah, tetapi juga memerlukan pengawasan yang ketat agar tetap berjalan sesuai dengan prinsip demokrasi dan keadilan.

---

<sup>11</sup> Wawancara, Muhammad Fathul Fauzi Nurdin (Tokoh Politik – Golkar dan PKS). Bissapu

<sup>12</sup> Wawancara, Asdar Salani. S.H. Pemilih Muda Pilkada 2024. Bissapu

<sup>13</sup> Wawancara. Hasrial, S.Pd. Anggota KPU. Bissapu

## **B. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kampanye Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Bantaeng**

### **1) Peran Media Sosial dalam Kampanye Politik**

Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik saat ini menjadi fenomena global yang tidak dapat dihindari, termasuk dalam penyelenggaraan pemilihan kepala daerah (Pilkada) di Kabupaten Bantaeng. Media sosial telah mengubah wajah politik modern dengan memberikan ruang baru bagi kandidat dan partai politik untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Platform populer seperti **Instagram, TikTok, dan Facebook** dimanfaatkan secara maksimal untuk membangun citra politik, menyebarkan visi-misi, hingga memperkenalkan program kerja yang ditawarkan. Salah satu peran penting media sosial adalah kemampuannya untuk **menciptakan citra politik yang lebih personal**. Kandidat tidak hanya menampilkan diri melalui baliho atau iklan di media konvensional, tetapi juga menghadirkan aktivitas keseharian, gaya komunikasi yang lebih santai, serta konten kreatif yang mampu menarik perhatian pemilih, terutama kalangan milenial dan generasi Z. Misalnya, penggunaan TikTok dengan video singkat dan kreatif dapat membangun kedekatan emosional dengan masyarakat. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai **sarana penyebaran informasi kampanye yang lebih cepat, murah, dan efisien**. Tidak ada lagi batasan ruang dan waktu, sebab pesan politik dapat diakses oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja. Dibandingkan dengan media konvensional, kampanye melalui media sosial memungkinkan jangkauan yang lebih luas dengan biaya relatif rendah. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia telah mencapai **73,7% dari total populasi**, menunjukkan potensi besar yang dapat dimanfaatkan kandidat untuk memperluas basis dukungan. Khususnya di daerah seperti Bantaeng, media sosial mampu menjangkau kelompok pemilih yang sulit diraih dengan cara konvensional, seperti pemilih muda yang cenderung lebih aktif dan responsif di dunia digital. Interaktivitas juga menjadi keunggulan lain media sosial. Kandidat dan partai politik dapat **berinteraksi secara langsung** dengan pemilih melalui kolom komentar, fitur pesan, atau sesi siaran langsung (live streaming). Hal ini membuka ruang dialog dua arah yang sebelumnya sulit diwujudkan melalui media tradisional. Dengan interaksi semacam ini, pemilih merasa lebih dekat dengan kandidat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan politik. Namun, di sisi lain, penggunaan media sosial dalam kampanye politik juga memiliki tantangan, misalnya potensi penyebaran informasi palsu (hoaks), ujaran kebencian, serta kampanye hitam yang dapat memecah belah masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dalam kampanye sebaiknya tetap mengedepankan prinsip etika politik, kejujuran, serta kepatuhan pada

regulasi kampanye yang berlaku

## 2) Dampak Media Sosial terhadap Elektabilitas Kandidat

Dalam konteks **Pilkada Bantaeng 2024**, media sosial menjadi salah satu instrumen paling signifikan dalam menentukan arah dukungan masyarakat terhadap calon bupati dan wakil bupati. Elektabilitas kandidat, yang dapat dipahami sebagai tingkat keterpilihan atau dukungan publik terhadap seorang tokoh politik, sangat dipengaruhi oleh bagaimana kandidat mampu membangun citra, menyampaikan pesan politik, serta berinteraksi dengan pemilih melalui platform digital.

Pertama, media sosial berperan sebagai **alat pembentuk citra politik**. Kandidat dapat menampilkan sisi-sisi positif diri mereka, baik melalui unggahan mengenai program kerja, kegiatan sosial, maupun interaksi langsung dengan masyarakat. Visualisasi citra yang konsisten dan menarik, seperti unggahan video pendek di TikTok atau desain infografis di Instagram, akan memperkuat kesan publik bahwa kandidat tersebut memiliki kapasitas, kepedulian, dan kredibilitas.

Kedua, media sosial berkontribusi dalam **mempengaruhi persepsi publik**. Informasi yang tersebar luas di platform digital sering kali membentuk opini masyarakat mengenai kompetensi dan integritas kandidat. Konten kampanye yang dikemas dengan narasi emosional—misalnya menonjolkan keberhasilan pembangunan, kedekatan dengan masyarakat kecil, atau kesederhanaan gaya hidup—dapat meningkatkan simpati publik. Hal ini selaras dengan teori komunikasi politik, di mana framing pesan kampanye dapat menentukan bagaimana publik menilai suatu isu atau tokoh politik.

Ketiga, kehadiran media sosial juga memperkuat **efek viralitas**. Suatu unggahan yang dianggap menarik, inspiratif, atau kontroversial dapat dengan cepat menyebar melalui fitur “share” atau “repost.” Efek viral ini memberikan keuntungan besar bagi kandidat karena mampu memperluas jangkauan kampanye tanpa biaya tambahan yang signifikan. Misalnya, satu video kampanye yang kreatif di TikTok dapat ditonton ribuan hingga jutaan kali, sehingga meningkatkan popularitas sekaligus elektabilitas kandidat.

Keempat, media sosial mendukung **interaksi langsung antara kandidat dan pemilih**, yang pada gilirannya meningkatkan rasa kedekatan emosional. Pemilih merasa lebih diperhatikan ketika komentar mereka dibalas atau ketika kandidat melakukan siaran langsung untuk mendengar aspirasi warga. Hubungan interaktif ini membangun kepercayaan (trust) dan loyalitas politik yang berdampak langsung pada peningkatan elektabilitas.

Namun demikian, dampak media sosial terhadap elektabilitas tidak selalu bersifat positif. Kandidat juga rentan terhadap **kampanye negatif**, penyebaran hoaks, atau serangan digital (digital attack) yang dapat menurunkan citra dan elektabilitas mereka. Oleh karena itu, strategi

kampanye digital harus disertai dengan manajemen krisis yang baik agar isu-isu negatif dapat diatasi dengan cepat dan efektif.

Dengan demikian, media sosial dalam Pilkada Bantaeng 2024 berperan ganda: di satu sisi menjadi sarana efektif untuk meningkatkan elektabilitas melalui citra positif, viralitas konten, dan interaksi langsung dengan pemilih; di sisi lain juga dapat menjadi ancaman jika tidak dikelola secara tepat. Keberhasilan kandidat dalam memanfaatkan media sosial sangat bergantung pada strategi komunikasi yang kreatif, konsistensi pesan, serta kemampuan menjaga kepercayaan publik.

Wawancara dengan beberapa responden di Kabupaten Bantaeng menunjukkan bahwa masyarakat menganggap media sosial sebagai alat yang efektif untuk mengetahui lebih dalam tentang seorang calon pemimpin. Salah satu responden menyatakan:

*"Masyarakat setiap hari menggunakan media sosial, terutama generasi muda. Media sosial memudahkan tokoh politik untuk menarik antusias masyarakat dalam memilih"*<sup>14</sup>

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh tokoh politik lokal, Muhammad Fathul Fauzi Nurdin, yang menyebutkan bahwa media sosial sangat berpengaruh dalam membangun elektabilitasnya sebagai calon bupati

### 3) Tantangan dalam Pemanfaatan Media Sosial

Meskipun memiliki banyak keuntungan, pemanfaatan media sosial dalam kampanye juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah penyebaran informasi palsu (hoaks) dan pencemaran nama baik yang dapat merusak citra kandidat dan memengaruhi opini publik secara negatif

Komisi Pemilihan Umum (KPU) diharapkan untuk lebih aktif dalam mengawasi penggunaan media sosial dalam kampanye, guna memastikan informasi yang tersebar akurat dan tidak melanggar aturan pemilu

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam kampanye pemilihan kepala daerah di Kabupaten Bantaeng memiliki pengaruh yang signifikan terhadap elektabilitas kandidat. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook telah menjadi alat utama bagi calon bupati dan wakil bupati dalam menyampaikan visi, misi, serta membangun citra politik di mata masyarakat. Media sosial memungkinkan kampanye politik dilakukan dengan lebih cepat, efisien, dan interaktif, terutama dalam menjangkau pemilih muda yang aktif di dunia digital. Keunggulan ini berdampak pada meningkatnya kesadaran politik masyarakat serta partisipasi pemilih dalam

---

<sup>14</sup> Wawancara. Isra Nur Alamsyah. Calon Pemilih Pilkada 2024. Bissapu

pemilu. Wawancara dengan beberapa responden menunjukkan bahwa pemilih cenderung lebih mengenal kandidat melalui media sosial dibandingkan metode kampanye konvensional. Namun, tantangan dalam pemanfaatan media sosial juga tidak dapat diabaikan. Penyebaran berita palsu (hoaks), pencemaran nama baik, serta kurangnya pengawasan dalam kampanye digital menjadi faktor yang dapat memengaruhi hasil pemilu secara negatif. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang lebih ketat dari pihak terkait, seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU), untuk memastikan bahwa kampanye digital dilakukan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Secara keseluruhan, media sosial merupakan sarana yang efektif dalam kampanye politik modern, termasuk dalam Pilkada Kabupaten Bantaeng. Dengan strategi yang tepat dan pengawasan yang memadai, media sosial dapat menjadi alat yang memperkuat demokrasi serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses pemilihan kepala daerah.

## REFERENSI

- Afan Gaffar, (2000), *Merangsang Partisipasi Politik Rakyat*, Bandung : penerbit
- Hamid, Ishak, (2015), *Social Media and Youth Online Political Participation : Perspectives on Cognitive Engagement*
- Lusy Liany, (2016), *Desain Hubungan Kelambagaan Penyelenggaraan Pemilu*, Jurnal Citra Hukum
- Muhammad Amin Putra, (2015), *Eksistensi Lembaga Negara Penegakan Hak Asasi Manusia di Indonesia, Fiat Justitia*, Jurnal Ilmu Hukum
- Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2014
- Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2014
- Dewantara, (2015), *Aktivitisme dan Kesukarelawan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta*, dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol 19, Nomor 1.
- Muhammad Amin Putra, (2015), *Eksistensi Lembaga Negara Penegakan Hak Asasi Manusia di Indonesia, Fiat Justitia*, Jurnal Ilmu Hukum
- Lusy Liany, (2016), *Desain Hubungan Kelambagaan Penyelenggaraan Pemilu*, Jurnal Citra Hukum
- Afan Gaffar, (2000), *Merangsang Partisipasi Politik Rakyat*, Bandung : penerbit

Wawancara, Muhammad Fathul Fauzi Nurdin (Tokoh Politik – Golkar dan PKS).  
Bissapu

Wawancara, Asdar Salani. S.H. Pemilih Muda Pilkada 2024. Bissapu

Wawancara. Hasrial, S.Pd. Anggota KPU. Bissapu

Wawancara. Isra Nur Alamsyah. Calon Pemili Pilkada 2024. Bissapu