

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2022). Analisis Profil Penduduk Indonesia. In *Badan Pusat Statistik*.
<https://www.bps.go.id/>
- Christine Daymon, & Immy Holloway. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relation and Marketing Communications* (2nd ed.). Routledge.
- Dawis, A. mutia, & Dkk. (2022). *Artificial Intelligence : Konsep Dasar Dan Kajian Praktis*. Tohar Media.
- Evita, N. (2023). Generasi Z Dalam Pemilu: Pola Bermedia Generasi Z Dalam Pencarian Informasi Politik. *Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 5(1), 47–66.
www.journal.kpu.go.id
- Eko Sugiarto. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Suaka Media
- Ediraras. (2013). Political Marketing Strategy of Jakarta Governor Election in The 2012s. *Procedia Social and Behavioral Sciences*
- Firmanzah. (2006). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Fairus. (n.d.). *Penggunaan AI di Kampanye Politik, Prabowo-Gibran Paling Efektif*. 2014. https://kuyou.id/homepage/read/37834/penggunaan-ai-di-kampanye-politik-prabowo-gibran-paling-efektif#google_vignette
- Firman Hidranto. (n.d.). *Mewujudkan Indonesia Emas di 2045*. Indonesia.Go.Id.
- Indarja, I. (2018). Perkembangan Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Di Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 47(1), 63.
<https://doi.org/10.14710/mmh.47.1.2018.63-70>
- Kartajaya. (2022). *Marketing 5.0 Teknologi Untuk Kemanusiaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Meilda. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor).
<http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/802>
- Natalia. (2023). Analisis Strategi Pemasaran 7P Kredit Usaha Rakyat Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Tarempa Natuna.
<http://dx.doi.org/10.61292/birev.v1i5.56>

- Octaviani. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS
- O’Cass. (1996). *Political Marketing and The Marketing Concept*. DOI: 10.1108/03090569610149782
- Prasetya, D. (2024). Media Asing Sorot Efek AI di Kampanye Anies, Prabowo, dan Ganjar. *Suara.Com*.
- Pratiwi. (2020). Strategi Marketing Politik Kepala Desa Pertahana Pada Pilkada Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. <http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v4i4.1502>
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus Sebagai metode ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126-136. <http://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Qoroni, W., & Winarwati, I. (2021). Kedaulatan Rakyat Dalam Konteks Demokrasi Di Indonesia. *Inicio Legis*, 2(1), 51–65. <https://doi.org/10.21107/il.v2i1.11079>
- Reuters. (2024). Gemoy “Everywhere”: Disrupsi AI Jadi Ujian dalam Pemilu 2024. *VOA*.
- Stikosa. (2023). *Komunikasi Politik Jelang Pemilu 2024, Pakar: Muncul Tren Penguatan Digital Marketing Communication*. <https://www.stikosa-aws.ac.id/komunikasi-politik-jelang-pemilu-2024-pakar-muncul-tren-penguatan-digital-marketing-communication/>
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Syarifuddin. (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ISTANA AGENCY
- Tjahyadi. (2022). Pengaruh Kampanye Pemasaran Sosial pada Niat Perubahan Perilaku Masyarakat: Demografi sebagai Variabel Moderasi. <http://dx.doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2469>
- Utamanyu. (2022). BUDAYA BELANJA ONLINE GENERASI Z DAN GENERASI MILENIALDI JAWA TENGAH (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). DOI: 10.9744/scriptura.12.1.58-71
- UUD. (2008). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 42 TAHUN 2008 TENTANG PEMILIHAN UMUM PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN*.
- Wardasari, N., & Destrity, N. A. (2023). Support Group Communication untuk Kesehatan Mental pada Pasien Covid-19 di Kota Malang. *Jurnal Komunikasi*, 17(2), 207–224. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss2.art5>
- Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran

Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1.
<https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>

Xena Olivia. (2024, Januari 29). Berkampanye Pakai Gambar AI, Timses Prabowo-Gibran: Simbol Mengakui Perubahan Zaman. Kompas.com.
<https://megapolitan.kompas.com/read/2024/01/29/11235041/berkampanye-pakai-gambar-ai-timses-prabowo-gibran-simbol-mengakui>.