

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA BALIHO TERHADAP KOMUNIKASI POLITIK BAGI GENERASI Z PADA PEMILU 2024 DI CINANGKA CIAMPEA BOGOR

Syahril Rizky

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam Bogor

Syahrilrizky1710@gmail.com

Abstract

Political communication plays a crucial role in the context of democracy and elections. This study aims to formulate a hypothesis on the effectiveness of billboard media in the 2024 election campaign for Generation Z, who are already accustomed to technology. The purpose of this study is to understand the impact and assess the effectiveness of billboard media usage on political communication in the 2024 election for Generasi Z in Cinangka, Ciampea, Bogor. This study employs a post-positivist paradigm and is a field research using descriptive statistics and a quantitative approach. The Generasi Z population in Desa Cinangka, Ciampea, Bogor is 4,016 people, and the sample is taken using the purposive sampling method. With the Slovin formula, a sample of 98 people was obtained. The research was conducted during the campaign period and after the 2024 general election. Data collection techniques include observation, questionnaires, and documentation. The data is processed through editing, coding, and tabulation. Data analysis includes instrument testing (validity and reliability), normality testing, linearity testing, simple linear regression analysis, and hypothesis testing. This research shows that the effective use of billboards has a significant effect on Generation Z's political communication, with a contribution of 36.5% based on linear regression tests. Although their effectiveness is influenced by design, location and message clarity, billboards remain an important source of political information in raising awareness and shaping young voters' political attitudes.

Keywords: *Effectiveness, Billboard, Generasi Z.*

Abstrak

Komunikasi politik memegang peran krusial dalam konteks demokrasi dan pemilihan umum. Penelitian ini bertujuan merumuskan hipotesis tentang efektivitas media baliho dalam kampanye Pemilu 2024 bagi Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi. Tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk Mengetahui Dampak dan Untuk Menilai Efektivitas Penggunaan Media Baliho terhadap komunikasi politik pada pemilu 2024 bagi Generasi Z di Cinangka Ciampea, Bogor. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dan merupakan penelitian lapangan dengan metode deskriptif statistik dan pendekatan kuantitatif. Populasi Generasi Z di Desa Cinangka, Ciampea, Bogor berjumlah 4.016 orang, dan sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Dengan rumus slovin didapatkan Sampel 98 orang. Penelitian dilaksanakan selama masa kampanye dan setelah pemilihan umum 2024. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Data diolah melalui *editing*, *coding*, dan tabulasi. Analisis data mencakup uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji normalitas, uji linearitas, uji regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan baliho berpengaruh signifikan terhadap komunikasi politik Generasi Z, dengan kontribusi sebesar 36,5% berdasarkan uji regresi linear. Meskipun efektivitasnya dipengaruhi oleh desain, lokasi, dan kejelasan pesan, baliho tetap menjadi sumber informasi politik yang penting dalam meningkatkan kesadaran dan membentuk sikap politik pemilih muda.

Kata Kunci: *Efektivitas, Baliho, Generasi Z.*

PENDAHULUAN

Komunikasi politik memiliki peran penting dalam demokrasi dan pemilihan umum, karena menjadi sarana utama untuk menyampaikan pesan, visi, serta program kerja partai. Komunikasi politik tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai elemen vital dalam membangun pemahaman, dukungan, dan partisipasi masyarakat dalam proses politik demokratis (Cangara, 2016). Indonesia, yang telah mengalami perubahan sistem demokrasi, kini mengadopsi Demokrasi Pancasila yang lebih mengedepankan partisipasi rakyat, yang menjadi dasar dalam pemilu untuk memilih pemimpin. Pemilu 2024 diharapkan dapat menciptakan kebebasan berpendapat dan persamaan hak di antara warga negara, dengan setiap orang memiliki hak suara yang setara (Zulfa, dkk, 2020). Pemilu juga mencerminkan prinsip musyawarah dalam demokrasi yang didasarkan pada Q.S. Asy-Syura/42: 38, yang mengajarkan pentingnya musyawarah dalam pengambilan keputusan (Fadli & Sudrajat, 2020).

Dalam konteks pemilu, kampanye politik yang menggunakan iklan politik, seperti baliho, berfungsi untuk mempengaruhi calon pemilih agar lebih memahami visi dan misi dari calon politisi (Firdaus, 2013). Kampanye ini mencerminkan kebebasan berpendapat dan keikutsertaan aktif rakyat dalam politik, yang merupakan elemen dasar dari demokrasi. Menurut Rogers dan Storey (1987), kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang dirancang untuk mempengaruhi opini publik melalui berbagai media, termasuk baliho, yang masih digunakan dalam pemilu meskipun era digital semakin berkembang. Efektivitas kampanye baliho sering diukur dengan

memperhatikan efisiensi hubungan antara harapan dan tujuan yang dicapai, serta pengaruhnya terhadap partisipasi politik (Devita & Ardianto, 2017). Media baliho sebagai media konvensional kini tetap menarik perhatian meskipun adanya perkembangan media sosial yang menjangkau khalayak lebih luas (Febri dkk., 2022).

Baliho merupakan media visual yang efektif dalam kampanye politik, menggabungkan teks dan gambar untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dilihat oleh khalayak, terutama pengendara lalu lintas. Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 33 Tahun 2018, ukuran baliho harus memenuhi standar tertentu dan dipasang dengan memperhatikan etika dan estetika agar tidak mengganggu penampilan kota (Ida Ayu, 2019). Penelitian ini juga menyoroti pentingnya memahami karakteristik Generasi Z, yang merupakan kelompok yang lahir antara 1997 hingga 2012 dan tumbuh di era digital (Dimock, 2019). Dengan semakin dominannya Generasi Z sebagai pemilih di Pemilu 2024, penelitian ini fokus pada efektivitas baliho sebagai media untuk memengaruhi mereka, terutama terkait preferensi komunikasi mereka yang lebih mengandalkan teknologi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas baliho dalam kampanye Pemilu 2024, khususnya dalam kaitannya dengan perubahan teknologi dan preferensi generasi muda terhadap politik. Dalam hal ini, meskipun baliho masih dinilai efektif, teknologi dan pergeseran preferensi generasi baru harus diperhitungkan dalam strategi kampanye (Ayu Sutarini, 2019). Lokasi penelitian di Cinangka, Ciampea, Bogor dipilih karena antusiasme masyarakat yang tinggi terhadap

Pemilu, serta fenomena menarik terkait penggunaan baliho oleh calon anggota dewan yang memperoleh suara tertinggi meskipun jumlah baliho mereka lebih sedikit dibandingkan calon lainnya.

Penelitian ini membatasi pembahasan pada efektivitas penggunaan baliho dalam Pemilu 2024 terhadap Generasi Z di Desa Cinangka, Ciampea, Bogor, untuk memperdalam analisis dampaknya pada komunikasi politik. Fokus utama penelitian adalah untuk menilai seberapa efektif baliho sebagai alat promosi dalam Pemilu 2024 di kalangan Generasi Z di desa tersebut, dengan periode penelitian yang mencakup persiapan kampanye, pelaksanaan pemilu, dan pasca-pemilu. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak penggunaan media baliho terhadap komunikasi politik bagi Generasi Z di Cinangka dan menilai efektivitasnya dalam konteks tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang penggunaan baliho dalam kampanye pemilu, serta memberikan masukan praktis bagi tim kampanye dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk menjangkau pemilih muda.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi paradigma post-positivisme, yang mengakui adanya realitas objektif, namun juga menyadari bahwa kebenaran tersebut tidak dapat dipahami secara mutlak karena keterbatasan dalam pengamatan. Paradigma ini menekankan pentingnya menggunakan metode ilmiah yang sistematis untuk mengenali realitas, tetapi juga mengakui bahwa interpretasi terhadap realitas selalu dipengaruhi oleh konteks, pengalaman, dan

pemahaman subjektif individu (Robson & McCartan, 2016). Dengan demikian, penelitian ini mencari keseimbangan antara fakta empiris dan interpretasi subjektif dalam memahami kompleksitas fenomena komunikasi politik, khususnya dalam konteks Generasi Z dan penggunaan media baliho.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan penelitian inferensial statistik. Pendekatan kuantitatif menggunakan data numerik untuk menguji hipotesis, mengidentifikasi variabel yang berpengaruh, dan menyusun generalisasi yang valid berdasarkan data yang diperoleh (Sugiyono, 2017). Dengan menggunakan data statistik, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara objektif dan terukur. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih jelas dan dapat diuji secara statistik.

Selain itu, penelitian ini juga termasuk dalam kategori Field Research (penelitian lapangan), di mana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data primer melalui observasi dan penyebaran kuesioner terstruktur (Sugiyono, 2017). Penelitian lapangan kuantitatif bertujuan untuk memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Lawrence Neuman menjelaskan bahwa penelitian lapangan seringkali dikaitkan dengan etnografi atau penelitian partisipan observasi, di mana peneliti aktif terlibat dalam pengamatan langsung atau interaksi dengan subjek penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konteks sosial atau budaya yang sedang diteliti (Risya, 2022).

2. Sumber Data

a. Sumber data primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumbernya, melalui proses pengumpulan data yang dilakukan selama penelitian berlangsung. Ini berarti data tersebut belum ada sebelumnya dan hanya dapat diperoleh setelah peneliti melakukan kegiatan seperti pengamatan, wawancara, menyebarkan kuesioner, atau melakukan eksperimen. (Sugiyono, 2017).

Data primer juga dapat diartikan sebagai informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti sebagai respons terhadap pertanyaan atau pernyataan penelitian atau tujuan penelitian tertentu.. Data pada penelitian ini akan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan observasi lapangan kepada responden yang merupakan bagian dari Generasi Z di wilayah Cinangka Ciampea Bogor.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder meliputi berbagai sumber seperti buku, jurnal, laporan penelitian sebelumnya, artikel ilmiah, dokumen resmi, statistik, dan lainnya yang terkait dengan topik penelitian. Menurut Creswell (2014), dokumen ini dapat digunakan untuk menguji, menafsirkan, bahkan meramalkan fenomena yang sedang diteliti.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti memperoleh data melalui studi literatur terhadap sumber-sumber seperti jurnal,

buku, dokumen. Al-Quran dan Hadis yang membahas topik yang sesuai dengan fokus penelitian yang sedang dilakukan.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian. Metode ini melibatkan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena atau perilaku yang terjadi dalam suatu lingkungan atau keadaan. Dengan observasi, peneliti dapat merasakan dan memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya (Widoyoko, 2014)

b. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data yang menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang disiapkan dan didistribusikan kepada responden untuk diisi dan dikembalikan (Sugiyono, 2017). Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi dari sekelompok orang yang menjadi target penelitian atau survei, di mana responden diminta memberikan jawaban sesuai petunjuk dalam kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini, pengukuran menggunakan skala Likert, yang umum digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial (Ghifary, 2014). Skala Likert terdiri dari serangkaian pernyataan yang diukur dengan memberikan skor

berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden. Kisi-kisi instrumen dengan indikator-indikator akan digunakan untuk menyusun pernyataan dalam angket yang diisi oleh Generasi Z di Cinangka, Ciampea, Bogor. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert modifikasi dengan rentang 1 hingga 4, menghilangkan pernyataan netral untuk menghindari respon yang ambigu.

c. Dokumentasi

Metode ini melibatkan penggunaan berbagai dokumen yang terkait dengan subjek penelitian sebagai sumber data (Ranita 2023). Dalam era digital, dokumen bukan hanya kumpulan kertas yang tersimpan dalam lemari besi, tetapi juga mencakup jejak digital seperti angka-angka dalam spreadsheet dan laporan penelitian.

4. Metode Analisis Data

Setelah semua data yang diperlukan terkumpul, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode berikut sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan keakuratan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya (Sugiyono, 2017). Uji Validitas dalam penelitian ini akan dibantu dengan program Statistical Package For Social Science (SPSS).

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi apakah instrumen pengukuran tersebut dapat memberikan hasil yang stabil dari waktu ke waktu. Jika instrumen dianggap reliabel, maka jawaban individu terhadap instrumen tersebut akan konsisten. Salah satu metode yang sering digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah koefisien Alpha Cronbach.

Sebuah instrumen penelitian dapat dianggap reliabel atau andal dengan menggunakan teknik perhitungan tertentu apabila nilai koefisien reliabilitas (r_{11}) yang diperoleh melebihi angka 0,6 (Diana Satira 2019).. jika hasil perhitungan koefisien reliabilitas menghasilkan nilai di atas 0,6, maka instrumen penelitian tersebut reliabel.

c. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah sebaran data dalam suatu penelitian mengikuti pola distribusi normal atau menyimpang dari pola tersebut (Singgih santoso, 2018). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov melalui perangkat lunak SPSS versi 25. Metode Kolmogorov-Smirnov dipilih karena memiliki tingkat toleransi yang lebih tinggi dalam mengakomodasi ukuran sampel yang relatif sama. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian normalitas ini adalah jika Nilai signifikan $< 0,05$ maka

distribusi adalah tidak normal. sedangkan jika, Nilai signifikan > 0,05 maka distribusi data adalah normal.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier yang signifikan antara dua variabel yang dianalisis (Singgih santoso 2018). Kriteria yang digunakan dalam menentukan linearitas adalah nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi berada di atas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang linier secara signifikan. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, hal tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel tidak linier. Dengan demikian, uji linearitas dilakukan untuk memverifikasi asumsi linearitas dalam suatu analisis statistik agar hasil yang diperoleh valid dan terpercaya.

e. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang digunakan ketika terdapat satu variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat) (Sugiyono 2017). Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memprediksi atau meramalkan nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen.

f. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) adalah nilai yang mengindikasikan sejauh mana Efektivitas Penggunaan Media Baliho (X) berkontribusi terhadap Komunikasi Politik Bagi Generasi Z(Y). Dalam konteks ini, KD mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam data. Semakin tinggi nilai KD, semakin besar Efektivitas Penggunaan Media Baliho terhadap Komunikasi Politik Bagi Generasi Z. Dengan kata lain, KD menggambarkan seberapa baik model kita cocok dengan data yang ada. Kita dapat menghitung KD dengan rumus berikut

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

g. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini berfungsi untuk memberikan arah dan fokus yang jelas bagi peneliti dalam mengkaji suatu fenomena atau permasalahan. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan 98 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin, dengan mayoritas berusia antara 17 hingga 20 tahun (52%) dan 27% berusia 21 hingga 23 tahun. Sebagian besar responden adalah laki-laki (51,02%) dan perempuan (48,98%), memastikan keseimbangan gender dalam hasil penelitian. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah

diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan SPSS versi 25, dengan hasil menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner valid dan reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X (Efektivitas Penggunaan Media Baliho) 0,672 dan variabel Y (Komunikasi Politik) 0,656.

Penelitian ini mengukur efektivitas baliho dalam beberapa aspek: frekuensi, durasi, dampak media, desain, dan lokasi pemasangan. Mayoritas responden sering melihat baliho politik selama masa kampanye, dengan skor tertinggi pada pernyataan "Saya sering melihat baliho politik saat masa kampanye di desa Cinangka" yang mencapai 335 poin. Dalam aspek durasi, responden cenderung mengamati baliho dalam waktu singkat, kurang dari satu menit. Dari segi dampak media, mayoritas responden menganggap baliho memperindah kampanye, meskipun ada kekhawatiran terkait kesemrawutan jalan akibat penempatan baliho yang tidak teratur. Desain kreatif dan font yang mudah dibaca juga menjadi faktor utama yang menarik perhatian responden.

Dalam hal komunikasi politik, baliho terbukti berperan dalam meningkatkan pengetahuan politik dan kesadaran memilih. Responden menyatakan bahwa baliho membantu mereka mengetahui pasangan calon dan meningkatkan kesadaran memilih dalam Pemilu 2024. Baliho juga berpengaruh terhadap pembentukan sikap politik, dengan skor tertinggi pada

pernyataan "Baliho memengaruhi sikap dan pandangan politik terhadap Pemilihan Umum 2024" sebesar 280 poin. Namun, beberapa responden merasa pesan dalam baliho terkadang membingungkan. Meskipun demikian, baliho masih dianggap sebagai sumber informasi politik yang penting bagi Generasi Z, dengan skor tertinggi pada pernyataan "Saya lebih intens mendapatkan informasi politik dari media baliho daripada media lainnya".

Uji statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, dengan uji linearitas yang mengindikasikan hubungan linier antara efektivitas penggunaan baliho dan komunikasi politik. Uji regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 15,720 + 0,633X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% efektivitas baliho meningkatkan komunikasi politik Generasi Z sebesar 0,633. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa baliho berkontribusi sebesar 36,5% terhadap komunikasi politik, dengan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis juga menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan baliho berpengaruh signifikan terhadap komunikasi politik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan baliho tetap memiliki peran penting dalam komunikasi politik Generasi Z, meskipun efektivitasnya dipengaruhi oleh faktor desain, lokasi pemasangan, dan kejelasan pesan. Baliho terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran politik dan membentuk sikap politik.

linear sederhana menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan baliho (X) berpengaruh terhadap komunikasi politik Generasi Z (Y), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa media baliho

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa media baliho memiliki dampak yang signifikan terhadap komunikasi politik Generasi Z di Cinangka Ciampea, Bogor. Hasil uji regresi

berkontribusi sebesar 36,5% terhadap komunikasi politik, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Media baliho masih dianggap sebagai alat komunikasi politik yang efektif untuk Generasi Z pada Pemilu 2024 di Cinangka Ciampea, Bogor. Berdasarkan uji hipotesis, nilai t hitung sebesar 7,428 lebih besar dari t tabel 1,984, yang menyebabkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini

menunjukkan adanya pengaruh positif dari penggunaan baliho terhadap komunikasi politik. Koefisien regresi variabel efektivitas penggunaan baliho sebesar 0,633 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% dalam efektivitas penggunaan baliho akan meningkatkan komunikasi politik Generasi Z sebesar 0,633. Dengan demikian, semakin tinggi penggunaan media baliho, semakin efektif komunikasi politik bagi Generasi Z pada Pemilu 2024 di Cinangka Ciampea.

DAFTAR PUSRAKA

- Cangara, H. 2016. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: *Rajawali Pers*.
- Cintya, T. D., Harahap, M. R., & Zualiana, E. (2023). Nilai-nilai demokrasi pendidikan dalam islam (studi pemikiran prof al rasyidin). *ANSIRU PAI: Pengembangan Profesi Guru Pendidikan Agama Islam*, 7(2), 485-499.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.
- Ekasiswanto, R., & Wibowo, R. M. (2020). Pemakaian Bahasa Persuasif Media Luar Ruang Selama Masa Pandemi Covid-19 di Dusun Nyangkringan, Kelurahan Bantul, Kecamatan Bantul, DIY. *Bakti Budaya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 183-190
- Fadli, M. R., & Sudrajat, A. 2020. *Keislaman Dan Kebangsaan: Telaah Pemikiran Kh. Hasyim Asy'Ari*.

- Khazanah: *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 18(1), 109.
<https://doi.org/10.18592/khazanah.v18i1.3433>
- Firdaus, F. 2013. Parade Iklan Politik di Tahun Politik: Polarisasi Penggunaan Iklan Untuk Membangun Citra Menuju Pemilu 2014. *Turast: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, 1(1), Art. 1.
<https://doi.org/10.15548/turast.v1i1.475>
- Ghifary, A. 2014. Efektivitas Penggunaan Media Iklan Baliho Dalam Mensosialisasikan Bahaya Kebakaran Dikota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 26-39.
- Hasan, K. 2016. *Media Massa/Pers Dan Komunikasi Politik*-Kamaruddin Hasan.
- Indrayani, Firma Kusuma. 2014. "Efektivitas Program Keluarga Harapan di Desa Sugihwaras Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun." *Jurnal Universitas Unesa*.
- Kurniawan, M. R., Erawati, D., Setiawan, H., & Harmain, H. (2023). Digitalisasi: Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi Z Pada Pemilu

2024. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 1375-1390.
- Mayasoni, L. 2022. Metode Mengukur Efektivitas Kebijakan Publik. *Jurnal Sosial Politik Integratif*, 2(3), 169-173.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (Buku 1, ed. 6). Jakarta: Salemba Humanika
- Pathony, T., Yuhana, K., & Kusnadi, I. H. (2020). Efektivitas Program Pemberdayaan Nelayan Pada Dinas Perikanan Kabupaten Subang (Studi Kasus di Kecamatan Blanakan). *The World of Business Administration Journal*.
- Perdana, Kurnia. 2019. "Efektivitas Alat Peraga Kampanye Calon Anggota Legislatif: Studi Pendahuluan Pemasaran Politik Pada Generasi Milenial Di Provinsi Lampung, Indonesia." *Jurnal Wacana Politik* 4.1.
- Purnengsih, Iis. "Makna dan pesan dalam baliho pemilu legislatif 2014." *Jurnal Desain* 4.03 2017: 231-248.
- Putra, F. A. D. 2019. Karakteristik generasi z di Yogyakarta tahun 2019. *Jurnal Pengembangan Ilmu Pengetahuan*. https://repository.usd.ac.id/36688/2/151324021_full.pdf.
- Putra, Y. S. 2017. Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, 9(18), pp. 123-134. Retrieved from <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/142/133>
- Rakhman, M. A., & Haryadi, H. 2019. Perilaku Dan Partisipasi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik* (JISIP) Universitas Jambi, 3.
- Ranita. (2023, November 11). *Metode Dokumentasi dalam Penelitian Kuantitatif: Pahami Si Aku, Bukan Doku Sanctum*. PerpusTeknik.com. <https://perpusteknik.com/metode-dokumentasi-dalam-penelitian-kuantitatif/>
- Robinson, P., & Goldstein, S. B. 2015. "Press and Public Opinion: Panel Studies of Media and Its Effects." *Annual Review of Sociology*, 41, 343-366.
- Robson, C., & McCartan, K. 2016. *Real world research* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Santoso, S. 2018. *Mahir statistik multivariat dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Smith, J. 2017. Outdoor Advertising: Past, Present, and Future. *Journal of Outdoor Media*, 1(1), 23-34.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, C. 2021. Politik sebagai Dakwah: Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS). *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Susilo, Farid Agus. 2013. Peningkatan Efektivitas pada Proses Pembelajaran. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*
- Sutarini, Ida. A. 2019. Pengukuran Efektivitas Penggunaan Media Baliho pada Pemilihan Umum 2019 terhadap Generasi Milenial. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 2, 237–241.
- Syukri, Z. I. 2018. Pengaruh Iklan Politik Media Luar Ruang pada Pilgub 2018 terhadap Perilaku Pemilih Pemula di Kecamatan Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

- Tabroni, R. 2017. Komunikasi Politik Mohammad Natsir. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 39–60. <https://doi.org/10.15575/cjik.v1i1.1208>
- Triutari, I. 2014. Persepsi Mahasiswa Penyandang Disabilitas Tentang Sistem Pendidikan Segregasi Dan Pendidikan Inklusi (Deskriptif Kuantitatif Pada Penyandang Disabilitas di Universitas Negeri Padang). *Jurnal Penelitian Pendidikan Khusus*, 3(3).
- Widoyoko, E. P. 2014. Penilaian hasil pembelajaran di sekolah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1(2), 8.
- Zulfa, M., Ananda Lisa, P. S., Agustya Panca, P., Waziroh Nurul, H., & Aldy Nata, M. Demokrasi Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, Departemen Teknik Universitas Airlangga. adm@pjh.unair.ac.id (Accessed on December 21, 2020).