
PELATIHAN LITERASI DIGITAL BAGI PEMILIH PEMULA SMA GENIUS TANGERANG MENJELANG PEMILU 2024

Sigit Pamungkas¹, Roy Rondonuwu², Pincanny G. Poluan³

^{1,2,3} Universitas Pelita Harapan

¹sigit.pamungkas@uph.edu, ²roy.rondonuwu@uph.edu, ³pincanny.poluan@uph.edu

Abstrak

Pemilu 2024 menjadi ajang demokrasi yang sangat unik bagi seluruh rakyat Indonesia. Pemilu 2024 akan dilaksanakan secara “serentak” secara bersama-sama. Peserta pemilu akan melakukan pemilihan kepala daerah, wakil-wakil rakyat pada Dewan Perwakilan Rakyat, serta Presiden dan Wakil Presiden. Pemilu ini akan didominasi oleh pemilih muda, termasuk para pemilih pemula. Salah satu sumber rujukan informasi yang sering diakses oleh pemilih pemula adalah media sosial, termasuk YouTube, Instagram, dan Tiktok. Literasi digital untuk pemilih pemula telah banyak diberikan kepada sekolah-sekolah SMA. Salah satunya adalah siswa SMA Sekolah GENius, Tangerang. Tim dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPH menyelenggarakan PkM bagi siswa SMA Sekolah GENius pada bulan Maret 2023 yang lalu. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman dasar tentang pemilu 2024 serta mengidentifikasi kebutuhan peserta tentang informasi tersebut. Dari kuisisioner yang disebarakan kepada seluruh populasi, salah satu temuannya adalah peserta membutuhkan tentang cara mengetahui kualitas kandidat pemilu yang akan mereka pilih. Hasil dari kuisisioner ini akan dijadikan rujukan materi literasi digital dalam bentuk modul maupun video.

Kata kunci : Pemilu 2024, Literasi Digital, Pemilih pemula

PENDAHULUAN

Pemilu Presiden dan Wakil Presiden yang diadakan pada 2024 akan menjadi salah satu pemilu yang spesial, karena bukan hanya memilih presiden dan wakil presiden secara langsung, tapi juga secara serentak memilih para kepala daerah, serta anggota DPR dan DPRD. Pemilu ini juga akan didominasi oleh pemilih muda (17 - 40 tahun) yang jumlahnya diperkirakan sebesar usia 17 hingga 30 tahun sebanyak 63.953.031 orang atau 31,23 persen (CNN Indonesia, 2023).

Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan bahwa maka setiap warga negara yang sudah berumur 17 tahun atau telah menikah, berhak untuk memiliki hak pilih pada pemilu serentak 2024. Para pemilih pemula, tentunya memerlukan rujukan informasi tentang pentingnya partisipasi mereka dalam menyukseskan pemilu sebagai salah satu ajang demokrasi. Sebuah penelitian yang dilakukan Loina L.K. Perangin-angin & Munawaroh Zainal yang dilakukan pada 63 responden berusia 18-22 tahun menemukan bahwa media

sosial menjadi sumber rujukan berita dan informasi politik bagi mereka. Informasi yang didapat akan mereka diskusikan dengan keluarga ataupun teman-teman sebelum mereka mengambil suatu keputusan politik. Partisipasi politik mereka dianggap sangat rendah, karena responden tidak memahami definisi politik yang menyangkut banyak aspek kehidupan. Responden hanya mengaitkan politik dengan partai politik dan toko politik. Karena itu responden belum mengambil peran aktif dalam bersikap politik, baik secara *online* maupun *offline* (Perangin-angin & Zainal, 2018).

Sebuah penelitian lain tentang literasi digital yang dilakukan terhadap 120 siswa di SMAN 1 Tanjung Pandan, Belitung, menunjukkan bahwa sumber informasi yang menjadi rujukan dalam menentukan sikap politik yang mereka percayai pada pemilu presiden 2019 secara berurutan ialah : 1. orang tua, 2. lingkungan sekolah, dan 3. media sosial. Sedangkan Media sosial yang paling sering diakses responden adalah 1. Instagram 2. YouTube dan 3. Facebook (Pamungkas, et al., 2021). Tingginya jumlah pemilih pemula yang mengakses media sosial tentu saja menjadi potensi besar bagi para politisi untuk mengampanyekan agenda dan ideologi politik mereka.

Maraknya penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye politik membuat peneliti Wa Ode Mudiani (Mudiani, 2023) melakukan penelitian tentang Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Kampanye Pada Pemilu 2024. Survey dilakukan terhadap sejumlah siswa (kelas 2 & 3) yang dipilih secara random sebanyak 30 siswa dari SMA Negeri 4, Wangi-Wangi Selatan, Kabupaten Wakatobi, Sulawesi Tenggara. Salah satu temuannya ialah bahwa 33% responden menjawab bahwa media sosial “sangat efektif” jika digunakan sebagai media kampanye. Dan ada 60% menjawab “efektif”. Meski belum mewakili seluruh karakteristik pemilih pemula di seluruh siswa SMA, namun temuan ini setidaknya mengonfirmasi bahwa media sosial memang media yang layak

digunakan untuk menyebarkan konten politik, mulai dari literasi politik hingga kampanye para politisi.

Peneliti Ahmad Dawam Pratiknyo mengklaim bahwa kemunculan media sosial justeru telah mempermudah partisipasi politik bagi warga negara yang mengaksesnya. Implementasinya bisa bervariasi, seperti sosialisasi konten, penggalangan dana, kritik dan protes sosial, serta aspirasi dan partisipasi politik yang lain. Partisipasi politik di media sosial ini dinilai menjadi sarana yang saling melengkapi partisipasi politik konvensional. “Indonesia sudah memiliki modal berharga untuk melangkah menuju demokrasi era digital, jumlah pengguna internet di Indonesia semakin tinggi. Demikian juga dengan pengguna media social...” (Pratiknyo, 2019 : h.66). Berdasar klaim tersebut, tentunya media sosial menjadi salah satu “tools” andalan guna mempersuasi publik untuk lebih meningkatkan partisipasi politik mereka, khususnya pemilih pemula.

Partisipasi politik dari pemilih pemula, ternyata juga bisa meningkat setelah mereka memperoleh literasi tentang pemilu. Muhammad Ridha dan Agus Riwanda melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara literasi media serta literasi politik terhadap partisipasi kewarganegaraan pemilih pemula di era digital. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif serta sampel sebanyak 350 responden, kedua peneliti menemukan bahwa literasi media secara signifikan memberikan pengaruh terhadap tingkat partisipasi kewarganegaraan dan literasi politik. “Literasi media dan literasi politik memengaruhi partisipasi kewarganegaraan warga negara baik secara parsial maupun simultan. Tingkat literasi media generasi muda tidak menjadi pemicu lemah atau kuatnya hubungan literasi politik dengan partisipasi kewarganegaraan yang dimiliki generasi muda” (Ridha dan Riwanda, 2020 : h.119). Klaim tersebut tentunya mengonfirmasi bagi para peneliti lain untuk terus menggalakkan

literasi media maupun literasi politik, agar regenerasi partisipasi politik di kalangan pemilih pemula bisa berjalan dengan sebagaimana mestinya.

Popularitas platform YouTube yang digemari pemilih pemula telah dimanfaatkan oleh para politisi maupun pendukungnya. Salah satunya ialah Wakil Walikota Surabaya Bernama Armuji, dari partai PDI Perjuangan. Agustina Widyawati melakukan penelitian tentang dampak penggunaan YouTube sebagai media kampanye politik oleh Armuji, dengan nama “CakJiPodcast” khususnya pada episode Episode “Bahas Suroboyo dan Persebaya Bareng Pak Dahlan Iskan”. Hasilnya ditemukan bahwa meski Armuji belum memanfaatkan platform YouTube secara optimal, namun konten YouTube tersebut telah menjadi “kampanye terselubung”, melalui Dahlan Iskan yang “mengendorse” Armuji sebagai politisi dan Wakil Walikota Surabaya yang citranya positif. Efek lainnya ialah meningkatnya popularitas Armuji yang bisa diketahui dari meningkatnya jumlah *viewer* dan *subscriber* YouTube milik Armuji. (Widyawati, 2023 : h 445 - 446). Sebagaimana diketahui bahwa platform YouTube sanggup menyampaikan pesan dan gagasan secara audio dan visual, yang akan berdampak besar jika dimanfaatkan untuk berkampanye politik.

Merujuk pada pemilu 2014 lalu, selain diwarnai dengan *smear campaign* dan *negative campaign*, para pendukung juga memiliki gaya kampanye kreatif musik video yang viral di Youtube yang digunakan untuk mengampanyekan keunggulan dan keunikan dari masing-masing kandidat. Nahrul Hayat dan Hasrullah mengamati dan meneliti empat buah lagu yang digunakan oleh kedua kandidat presiden. Termasuk di antaranya ialah lagu “Garuda di Dadaku” sebagai lagu dukungan untuk Prabowo serta “Salam Dua Jari” sebagai lagu dukungan untuk Jokowi. Dari hasil analisis, peneliti(Hayat & Hasrullah, 2016) menemukan bahwa video-video musik tersebut memang dimanfaatkan untuk membuat *positioning* politik dari masing kandidat. Misal : Prabowo

diposisikan sebagai kandidat yang tegas, pemberani, disegani, dihormati, berlatar belakang militer, serta memimpin bergaya formal-prosedural. Sedangkan Jokowi diposisikan sebagai pribadi yang jujur, merakyat, disenangi dan disukai, berlatar belakang sipil, dengan gaya memimpin yang informal-spontaneous.

Bukan hanya sebagai sarana kampanye politik, ternyata YouTube digunakan sebagai sarana untuk membuat pernyataan klarifikasi politik, atas suatu pemberitaan yang dianggap negatif dari media massa arus utama. Kurnia Arofah mengkaji sebuah video klarifikasi dari Susno Duaji dan Nafsiah Mboi tentang Prabowo Subianto(Arofah, 2015). Salah satu temuan dari penelitian ini, YouTube telah menjadi media alternatif bagi sejumlah politisi untuk melakukan klarifikasi atas pemberitaan negatif sang politikus yang muncul di media arus utama. Diharapkan klarifikasi tersebut dapat memperbaiki citra positif serta mempengaruhi opini publik.

Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia(KPU RI) juga menyadari potensi dan peluang platform YouTube sebagai media komunikasi. Lembaga ini memanfaatkan YouTube sebagai media literasi pemilu bagi pemilih pemula menjelang pemilu 2024. Irmawanti dan kawan-kawan(Wanti, et al., 2021) mengamati bahwa KPU RI menyadari tentang pemilih muda yang mendominasi Pemilu 2024, sehingga KPU RI berusaha membangun suatu *engagement* kepada mereka melalui kanal Podcast YouTube. Temuan penelitian menunjukkan bahwa jumlah *subscribers* Youtube KPU RI tersebut meningkat, hal ini dipandang peneliti sebagai bagian dari upaya *engagement* kepada pemilih generasi muda. Fakta ini tentunya menunjukkan bahwa konten dari Kanal tersebut memang diminati.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, tim dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPH memandang perlu untuk melakukan Pengabdian kepada Masyarakat berupa literasi pemilu bagi pemilih pemula menjelang pemilu

2024. Literasi difokuskan seputar penggunaan YouTube sebagai media informasi pemilu dan sarana untuk menyatakan sikap politik. Kegiatan PkM diberikan kepada sebuah sekolah yang berlokasi tak jauh dari kampus utama Universitas Pelita Harapan, yaitu Sekolah Generasi Indonesia Jaya Untuk Semua, atau lebih sering dikenal dengan sebutan Sekolah GenIUS. Sekolah ini didirikan sejak 2013, yang salah satu tujuannya adalah untuk mewujudkan edukasi terbaik bagi anak-anak Indonesia Timur. Sekolah GenIUS telah meluluskan alumninya sejak 2016. Beberapa di antaranya berhasil memasuki perguruan tinggi bereputasi baik di dalam negeri maupun manca negara, termasuk Universitas Gadjah Mada, Universitas Indonesia, Universitas Airlangga, Institut Teknologi Bandung, Institut Pertanian Bogor, William & Mary (Williamsburg USA) serta Sichuan University (China).

Kegiatan PkM dilakukan secara bertahap yang rencananya diadakan pada 15 Maret dan 12 April 2023, namun karena ada kendala teknis, kegiatan tanggal 12 April diganti menjadi 10 Mei 2023. Rangkaian kegiatan PkM berupa literasi digital bagi pemilih pemula menjelang pemilu 2024 dan pelatihan “public speaking” bagi siswa SD, SMP, dan SMA. Selain memberikan literasi, tim PkM juga melakukan kegiatan survey kepada siswa SMA yang pada 2024 akan menjadi pemilih pemula. Kegiatan melibatkan sembilan orang dosen dan staff, serta sejumlah mahasiswa. Lebih detail tentang metode pelaksanaan kegiatan, akan dijelaskan pada sub bab metode di bawah ini.

METODE

Seperti diulas di atas, bahwa kegiatan ini terdiri dari literasi politik bagi pemilih pemula dan *public speaking*. Dalam artikel ini, pembahasan akan difokuskan pada rangkaian kegiatan bagi siswa SMA yang menjadi pemilih pemula pada pemilu 2024.

a. Kegiatan literasi digital bagi pemilih pemula

Kegiatan ini diadakan pada 15 Maret 2023 di Sekolah GenIUS Tangerang, tepatnya pada acara Talking Corner, yang menjadi kegiatan regular bulanan dari Sekolah GenIUS. Target kegiatan ini sebenarnya ialah seluruh siswa SMA yang pada 2024 akan menjadi pemilih pemula, namun karena satu dan lain hal, kegiatan diikuti hanya oleh siswa kelas 12 yang setara dengan kelas 3 SMA, dengan jumlah peserta 70 orang. Kegiatan literasi dilaksanakan dalam bentuk ceramah selama dua sesi. Sesi pertama membahas tentang pentingnya partisipasi pemilih pemula, sedangkan sesi ke dua membahas tentang mewaspadai konten berita hoaks di media sosial. Sebelum proses ceramah diberikan, siswa diberikan kuisisioner yang bertujuan untuk mengetahui partisipasi politik responden melalui media sosial. Hasil dari kuisisioner ini akan digunakan sebagai rujukan untuk membuat konten media literasi pada kegiatan PkM ataupun penelitian berikutnya.

b. Kegiatan Pelatihan *Public Speaking*

Kegiatan *public speaking* bagi siswa SMA GenIUS masih merupakan rangkaian kegiatan literasi digital bagi pemilih pemula. Pada sesi sebelumnya, peserta telah diberi pemahaman, bahwa media sosial telah dianggap dan menjalankan perannya sebagai pilar ke lima demokrasi (*fifth estate*). Media sosial memiliki potensi dan kemampuan yang besar jika digunakan untuk menyatakan sikap politik. Menyatakan sikap politik di media sosial adalah hak setiap warga negara, namun hak tersebut tetaplah dibatasi oleh rambu-rambu berupa Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta etika umum yang berlaku. Agar peserta mampu memanfaatkan media sosial, khususnya YouTube secara tepat, maka diberikan pelatihan *public speaking* di depan kamera untuk konten YouTube. Diharapkan kegiatan ini akan meningkatkan partisipasi peserta dalam bersikap politik di media

sosial tanpa melanggar undang-undang yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti dijelaskan sebelumnya, sebelum ceramah literasi digital diberikan, tim memberikan survey dalam bentuk lembar kuisisioner kepada peserta sebanyak 70 orang. Tujuan dari survey tersebut adalah untuk mengetahui partisipasi dan sikap politik para pemilih pemula melalui media sosial. Survey ini juga bertujuan untuk memperoleh gambaran kebutuhan informasi dan data peserta terkait kebutuhan informasi pemilu. Sebagian dari temuan survey tersebut antara lain :

1. Data responden.
Responden berusia antara 15-19 tahun, dari 70 peserta, ada 67 orang yang merespon dan mengisi kuisisioner. Prosentase pria 49,3% dan Wanita 50,7%. Di antara mereka, hanya 4,5% yang mengaku pernah mengikuti pemilu atau pilkada, 95,5% lainnya mengaku belum pernah sama sekali. Jika memiliki hak pilih ada 94% yang mau berpartisipasi, pada Pemilu/Pilkada 2024, dan hanya 6% yang tidak mau.
2. Berita politik yang paling sering diikuti
Berikut adalah tampilan tiga besarnya, 34,3% peserta menjawab, mereka menginginkan informasi tentang kebijakan yang akan dibuat oleh sang calon. 32% peserta membutuhkan seluk beluk informasi pemilu 2024. 28,4% peserta menginginkan opini dan analisis dari pengamat. Hal ini bisa dilihat pada gambar 1 di bawah ini



Gambar 1. Berita politik yang paling sering diikuti

3. Sosok yang mempengaruhi pandangan politik peserta.
Peserta diijinkan memberikan lebih dari satu jawaban, tiga besar persentasenya ialah : 52,2% peserta menjawab orang tua dan keluarga. 50,7% menjawab guru. 31,3% menjawab pejabat pemerintah.
4. Media yang paling sering digunakan untuk memperoleh informasi politik
74,6% menjawab Media Sosial. 55,2% menjawab TV & Radio. 26,9% menjawab media online resmi.
5. Platform media sosial yang paling sering diakses.
61,2% menjawab YouTube. 52,2% menjawab Tiktok, dan 49,3% menjawab Instagram.

Masih terdapat data-data kuisisioner lain terkait partisipasi responden dalam bersikap politik yang tidak ditampilkan karena alasan keterbatasan ruang. Selain memperoleh hasil kuisisioner, hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan *public speaking* ialah diperolehnya peserta yang mampu maupun memiliki kemauan untuk berani menyatakan sikap politik melalui media sosial, khususnya YouTube. Melalui simulasi *public speaking* di depan kamera, peserta juga telah menunjukkan kemampuan teknisnya dalam mengolah kata, menyampaikan gagasan, serta bersikap politik yang disampaikan melalui media sosial. Hal ini tentunya menjadi potensi bagi tim PkM atau pihak Sekolah GenIUS agar peserta dikembangkan dan diarahkan untuk bisa menjadi konten kreator dalam bidang literasi pemilu.

b. Pembahasan

Dari temuan hasil survey, dapat disimpulkan bahwa para pemilih pemula menunjukkan kepedulian yang sangat tinggi untuk mengikuti pemilu, yaitu sebesar 94%. Kemauan ini tentunya harus didukung semua pihak agar peserta benar-benar bisa menyampaikan aspirasi politik mereka.

Ditinjau dari platform media sosial yang paling sering mereka akses, tiga besar di antaranya adalah YouTube, Tiktok, dan Instagram, maka sangat tepat

jika media-media ini digunakan untuk memberikan literasi pemilu sesuai kebutuhan mereka. YouTube sebagai media sosial favorit responden sangatlah potensial untuk digunakan sebagai sarana literasi digital.

Terkait konten literasi digital yang disampaikan melalui kanal YouTube, bisa merujuk pada topik-topik yang paling sering diikuti oleh peserta seperti terlihat pada sub poin 2 pada sub bab hasil, dimana “kebijakan calon pemimpin” menjadi berita politik yang paling dinantikan.

Terkait sosok yang paling mempengaruhi pandangan politik peserta, yaitu “orang tua”, hal ini bisa menjadi dasar pertimbangan bagi pembuat konten literasi digital untuk memproduksi konten-konten yang juga mudah difahami oleh keluarga, dalam hal ini adalah kedua orang tua. Diharapkan keluarga dan orang tua juga akan sanggup menjalankan peran literasi digital bagi pemilih pemula, serta melengkapi konten YouTube literasi digital.

KESIMPULAN

Ke 70 siswa SMA GenIUS yang menjadi peserta PkM tentang literasi digital bagi pemilih pemula 2024 telah menyadari pentingnya partisipasi pemilu. Peserta juga telah menyadari peran dan potensi YouTube sebagai sarana untuk menyampaikan aspirasi politik. Peserta juga telah dibekali Teknik *public speaking* secara praktek maupun teori. Tidak semua siswa memiliki minat yang sama untuk berkecimpung di bidang YouTube, khususnya jika terkait pernyataan sikap politik, namun demikian, telah didapati sejumlah siswa yang siap dan berminat untuk memanfaatkan YouTube sebagai sarana untuk menyampaikan aspirasi politik. Peserta juga telah menyadari akan rambu-rambu dan peraturan dalam menggunakan YouTube sebagai media komunikasi kepada publik yang dibatasi oleh etika dan undang-undang.

Sebagai keberlanjutan proyek, tim PkM telah merencanakan untuk memproduksi sebuah kanal YouTube tentang literasi digital bagi pemilih pemula. Konten literasi yang diberikan akan merujuk pada apa yang benar-benar dibutuhkan

oleh calon pemilih pemula, merujuk pada hasil survey. Kanal literasi digital bagi pemilih pemula akan melibatkan sejumlah dosen dan mahasiswa, dan direncanakan kanal ini bukan hanya berfokus pada masa-masa menjelang pemilu 2024, namun juga setelah pemilu yaitu ketika lini masa media dipenuhi oleh berbagai informasi politik tentang hasil pemilu.

Hingga tulisan ini dibuat, nama kanal dan brand kanal YouTube literasi digital tersebut telah dirancang, yaitu “Kanal Generaksi”, dimana nama Generaksi adalah sebuah *brand* kampanye literasi digital bagi generasi muda dalam menggunakan media sosial terkait berbagai isu politik. *Brand* Generaksi telah memiliki logo yang terdaftar pada pangkalan data kekayaan intelektual. *Brand* Generaksi adalah salah satu luaran penelitian yang didanai oleh ristek dikti pada periode 2018-2019 yang lalu. Sebagai wujud kesinambungan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, diharapkan kanal literasi ini akan bisa berproduksi secara berkelanjutan serta memberikan literasi bagi masyarakat yang membutuhkannya.



Gambar 2. Bukti pencatatan *brand* Generaksi pada pangkalan data kekayaan intelektual



Gambar 3. Draft *Thumbnail* kanal YouTube Generaksi

UCAPAN TERIMAKASIH (Bila ada)

Tim PkM sekaligus penelitian mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Pelita Harapan, atas kesempatan dan kepercayaan yang telah diberikan kepada tim, sehingga Pk Mini bisa terwujud. Tim PkM juga mengucapkan terimakasih kepada para pengurus dan tim pengajar Sekolah GenIUS, baik tingkat SD, SMP, maupun SMA, yang telah mengizinkan kami untuk melakukan PkM di Sekolah GenIUS. Tim PkM juga mengucapkan terimakasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPH atas segala fasilitas dan perijinan yang diberikan, sehingga kegiatan ini bisa terlaksana sebagaimana mestinya.



Gambar 4. Kegiatan PkM di Sekolah GenIUS

Tim PkM juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada seluruh mahasiswa yang menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPH, atas jerih lelah dan partisipasi setiap anggota yang telah terlibat dalam acara ini.

REFERENSI :

Arofah, K. (2015). Youtube sebagai media klarifikasi dan pernyataan tokoh politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 111-123.

CNN Indonesia. (2023, August 3). Definisi Pemilih Pemula Dan Jumlahnya Yang Besar di Pemilu 2024. nasional. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230802155535-617-981051/definisi-pemilih-pemula-dan-jumlahnya-yang-besar-di-pemilu-2024>

Hayat, N., & Hasrullah, H. (2016). Positioning Politik Kampanye Pemilihan Presiden 2014 dalam Iklan Video Musik Youtube. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 192-209.

Mudiani, W. O. (2023). Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Kampanye Pada Pemilu 2024. *Journal on Education*, 6(1), 3273-3278.

Pamungkas, S., Wardaningsih, A. D., & Simorangkir, D. N. (2021). The Development of "Generaksi.org", a Media and Politics Literacy Platform for Indonesia's First-time Voter. Yin, R. K. (2018).

Perangin-angin, L. L., & Zainal, M. (2018). Partisipasi politik pemilih pemula dalam bingkai jejaring sosial di media sosial. *Jurnal Aspikom*, 3(4), 737-754.

Pratiknyo, A. D. (2019). Participation Of Digital Community As A New Challenge For Indonesian Elections. *Jurnal Etika dan Pemilu*, 5(1), 62-76.

Ridha, M., & Riwanda, A. (2020). Literasi Media, Literasi Politik, dan Partisipasi Kewarganegaraan Pemilih Pemula di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(1), 110-121.

Wanti, I., Farlin, W. O. N., & Syahadat, M. I. (2022). Membangun Komunikasi Melalui Podcast Sebagai Upaya KPU RI Meraih Engagement Dengan Pemilih Generasi Muda. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(2), 54-64.

Widyawati, A. (2023). Youtube Dan Pangung Politik Wakil Walikota Surabaya Armuji. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 3(5), 437-447.