

**ANALISIS TINDAKAN AKTOR-AKTOR POLITIK JELANG PEMILU  
TAHUN 2024 DALAM PROSES PENCALONAN  
MELALUI MEDIA SOSIAL**

**Reza Retamara<sup>1</sup>, Kun Budianto<sup>2</sup>, Reni Apriani<sup>3</sup>**

Ilmu Politik, FISIP Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang  
Email: rezaretamara2018@gmail.com

**ABSTRACT**

*This study discusses the Political Dynamics of the Presidential nomination process in the 2024 election through social media.. This study aims to find out how the political dynamics are in the presidential nomination process in the 2024 election. The objects in this study are politicalactors who have been busy talking about participating in the Presidential election in 2024 these actorsare Ganjar Pranowo, Prabowo Subinato, Anies Baswedan, Sandiaga Uno, Agus Yudhoyono, Erick Thohir, Airlangga Hartarto and Puan Maharani. The theory used in this research is the theory of Political Actor Action because this theory can analyze actions and actions that occur in political dynamics in the process of nominating the President in the 2024 election through social media. This type of research is exploratory and qualitative approach. The data in this study is by analyzing social media posts for every action or action of political actors and political parties in the presidential nomination process.The results of the study show that the political dynamics in the process of nominating the President for the 2024 election is caused by indicators of actions and actions to achieve the desired goals ahead of the upcoming elections. First, political dynamics in the context of political parties and second, political dynamics in the context of figures of political actors.*

**Keywords : Political Dynamics, Political Actors and Presidential Election**

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas mengenai Dinamika Politik terhadap proses pencalonan Presiden pada pemilu tahun 2024 melalui media sosial. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana Dinamika Politik dalam proses pencalonan Presiden pada pemilu tahun 2024. Objek pada penelitian merupakan aktor-aktor politik yang telah diramai dibicarakan akan ikut pada pemilihan Presiden ditahun 2024 aktor-aktor tersebut ialah Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, Anies Baswedan, Sandiaga Uno, Agus Yudhoyono, Erick Thohir, Airlangga Hartarto dan Puan Maharani. Teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori Tindakan Aktor Politik dikarenakan pada teori ini dapat menganalisa tindakan maupun aksi yang terjadi pada dinamika politik dalam proses pencalonan Presiden pada pemilihan tahun 2024 melalui media sosial. Tipe penelitian ini adalah eksploratif dan pendekatan kualitatif. Data pada penelitian ini yaitu dengan menganalisa postingan media sosial setiap tindakan maupun aksi aktor-aktor politik dan Partai Politik dalam proses pencalonan presiden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinamika politik dalam

proses pencalonan Presiden pada pemilu di tahun 2024, disebabkan adanya indikator pada tindakan maupun aksi untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan jelang pemilihan mendatang. Pertama Dinamika politik dalam konteks Partai Politik dan kedua, Dinamika politik dalam konteks figur aktor-aktor politik .

**Kata Kunci : Dinamika politik, aktor-aktor politik, dan Pemilihan Presiden**

## **PENDAHULUAN**

Pemilu (Pemilihan Umum) pertama kali dilakukan pada tahun 1955 yang dilakukan pada 29 September 1955 dengan proses pemilihan anggota-anggota DPR dan 15 Desember 1955 dalam pemilihan anggota dewan Konstituante. Terjadinya pemilu di Indonesia pada masa orde lama, masa orde baru dan masa orde reformasi.. Indonesia sendiri sudah menyelenggarakan pemilu sudah hampir tiga belas kali dan pemilu selanjutnya akan di adakan pada tahun 2024 mendatang.

Adanya penyelenggaraan pemilu merupakan fungsi yaitu menghasilkan kepemimpinan yang dapat dipercaya dan dihindaki oleh rakyat. dalam UU Nomor 42 Tahun 2008 tentang pemilihan umum presiden dan wakil presiden terdapat beberapa cara untuk penyelenggaraan pemilu dalam pasal 1 ayat (4), pasal 8, pasal 9, dan pasal 13 ayat (1) UU Pilpres, yang dimana salah satu rangkaian untuk menjadi calon presiden adalah melalui usulan partai politik atau gabungan partai politik yang diusulkan untuk menjadi peserta pemilu

Hak untuk mengajukan calon presiden dan wakil presiden merupakan hak langsung partai politik dan tidak mungkin bagi calon presiden dan wakil presiden perseorangan diluar dari usulan partai politik atau gabungan partai politik dan juga non-partai politik. Pada pasal 9 UU Pilpres mengatakan bahwa setiap pasangan calon presiden dan wakil presiden diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik dan juga peserta pemilu harus memiliki persyaratan sebagai memperoleh kursi paling sedikit 20% dari jumlah kursi di DPR-RI dan memperoleh 25%. Dari suara sah dalam pemilu anggota DPR-RI. Berdasarkan hukum positif presidential Threshold di Indonesia bahwa harus mengantongi 25% suara sah nasional dari pemilu legislatif atau 20% kursi parlemen yang terpilih.

Dalam Partai politik dapat dikatakan sebagai peserta pemilu apabila partai politik tersebut telah memenuhi persyaratan seperti pertama, mendaftarkan diri ke

KPU dengan adanya surat permohonan dan dokumen persyaratan umum maupun khusus. Kedua, partai politik tersebut telah melakukan verifikasi administrasi dan faktual di lapangan untuk persyaratan umum sebagaimana telah diatur oleh Undang-Undang. Ketiga, menerima keputusan dari KPU yang mana partai politik tersebut sebagai peserta pemilihan umum.

Pada pemilihan presiden (Pilpres) yang akan berlangsung pada tahun 2024 mendatang, bahwa sudah banyak elit-elit politik yang memiliki keelektabilitas mencalonkan dan maju dalam pemilihan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari pemberitaan media massa dan pergerakan yang membawa beberapa yang diprediksi akan ikut serta dalam pencalonan pemilu tahun 2024. Berdasarkan hasil yang berpotensi ikut dalam pemilihan presiden pada survei poltracking yang berkaitan “Proyeksi kandidat kuat kandidasi pilpres 2024” mengatakan hasil survei sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Elektabilitas Aktor-Aktor politik Jelang Pemilu Tahun 2024**

| <b>NO</b> | <b>Nama</b>             | <b>Jabatan</b>        | <b>Hasil Surve</b> |
|-----------|-------------------------|-----------------------|--------------------|
| 1.        | Ganjar Pranowo          | Gubernur Jawa Tengah  | 26,9 %             |
| 2.        | Prabowo Subianto        | Menteri Pertahanan RI | 22,5 %             |
| 3.        | Anies Baswedan          | Gubernur Jakarta      | 16,8 %             |
| 4.        | Agus Yudhoyono          | Politikus             | 3,6 %              |
| 5.        | Erick Thohir            | Menteri BUMN          | 2,6 %              |
| 6.        | Sandiaga Salahuddin Uno | Menteri Pariwisata    | 2,2 %              |
| 7.        | Airlangga Hartarto      | Menteri Ekonomi       | 1,8 %              |
| 8.        | Puan Maharani           | Ketua DPR RI          | 1,2 %              |

*Sumber : (Lembaga Politika Research And Consulting (PRC)), 2022)*

Politika Research and Consulting (PRC) adalah lembaga riset dan konsultasi politik, survei tersebut dilakukan dengan metode multistage random sampling yang dimana tingkat keberhasilan 95% dan tingkat kesalahan (margin of error) 2,74%. Adapun survei ini didapatkan pada tanggal 12 Juli 2022 dengan melalui wawancara

telepon yang diikuti 1.200 responden di Indonesia. Tidak menjawab (TM) dan Tidak Tahu (TH) dengan 8,5% hasil survei.

Berdasarkan hasil survei yang didapat dari keduanya tentu memiliki perbedaan. Dijelaskan bahwa hasil survei yang didapat hal-hal yang didapat oleh masyarakat atau melihat setiap gerak para aktor-aktor politik atau yang dimaksud dengan proses branding atau citra diri yang dimiliki mereka dalam mempengaruhi masyarakat. Sehingga adanya sebuah proses branding yang dilakukan adalah cara mereka untuk menarik perhatian partai politik untuk dapat menjadikan mereka salah satu kandidat yang dapat diusulkan atau gabungan partai politik untuk mengikuti pemilihan presiden tahun 2024.

Dalam pelaksanaan pemilu pasti adanya dinamika politik yang dimaksud adalah seluruh interaksi yang terjadi dalam proses pencalonan hal itu disebut dengan proses branding yang dilakukan oleh para elit-elit politik agar mendapatkan citra diri atau perhatian oleh masyarakat terhadap kesiapan aktor tersebut untuk diikuti pencalonan pemilu.

Proses branding merupakan hal yang menjadi penentu seseorang untuk dicalonkan atau mencalonkan diri, Apabila seseorang tidak memiliki branding yang bagus dan tidak memiliki potensi yang bagus tentunya tidak akan dicalonkan. Untuk bisa menjadi seseorang yang memiliki branding yang bagus atau potensi yang bagus dan seseorang akan dipilih itulah orang yang hendak memulai proses branding dan hal itu dilakukan dari jauh-jauh hari sebelumnya Pelaksanaan pemilihan umum Presiden serentak tahun 2024 semakin dekat hal tersebut membuat para aktor-aktor politik melakukan strategi politik untuk mendapatkan suara. Adanya kegiatan-kegiatan saat ini membuat masyarakat bahwa kegiatan itu merupakan tindak kepedulian seperti, Kegiatan-kegiatan yang sengaja dibuat oleh para elit-elit politik untuk mendapatkan dukungan serta partisipasi masyarakat dan milenial.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan berupa acara hiburan, pesta rakyat, kunjungan ke sekolah-sekolah dan masih banyak lagi, kemudian kegiatan tersebut diupload di media sosial sehingga membuat masyarakat beranggapan bahwa aktor-aktor politik tersebut mengerti dan peka terhadap keinginan masyarakatnya.



*Sumber : Facebook @RelawanGMC, 2022*

Salah satu contoh aktor yang saat ini sering kali muncul dalam pemberitaan yaitu Ganjar Pranowo yang saat ini menjabat menjadi Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo mengadakan beberapa acara tanpa alasan melakukan kegiatan-kegiatan seperti hiburan di Sumatera Selatan khususnya di kota Palembang yang dinamakan FunFast “ Ganjar Milenial Center” yang banyak didatang oleh generasi milenial. Peneliti melakukan penelitian bertujuan untuk melihat adanya dinamika politik yang dilakukan oleh aktor-aktor politik dalam proses pencalonan Presiden pada pemilu tahun 2024 yang dilakukan oleh media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penulisan artikel ini, peneliti menggunakan metode mengumpulkan data dan menganalisis data tersebut sesuai dengan permasalahan yang ada. Artikel ini berjudul Dinamika Politik Dalam Proses Pencalonan Presiden Pada Pemilu Tahun 2024 Melalui Media Sosial, yang dimana peneliti menggunakan metode Kualitatif dengan tipe penelitian eksploratif yaitu, suatu penelitian untuk mencari hal yang baru, yang belum banyak diketahui oleh khalayak, sehingga ingin dikaji lebih dalam, dan juga menyangkut fenomena kontemporer atau terkini.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif , yaitu pendekatan yang menuangkan kemampuan sebagai pembuktian dan pengamat yang empatik untuk mengumpulkan data tentang permasalahan yang akan diteliti dan pendekatan yang menganalisis kehidupan sosial dengan cara menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atau dalam latar alamiah. (Nanang martono, 2016:56)

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari “Dinamika politik dalam proses pencalonan” dengan mengambil data dari postingan media sosial setiap tingkah laku atau interaksi yang dilakukan oleh aktor-aktor politik dalam menuju proses pencalonan Presiden pada pemilu tahun 2024 Sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dengan jurnal, ebook, dan skripsi yang membahas mengenai interaksi atau tingkah laku aktor-aktor politik Dalam hal ini data yang digunakan untuk memperkuat, melengkapi, atau mendukung data primer.

Objek penelitian adalah hal yang menjadi titik penelitian dari suatu penelitian. Penetapan objek penelitian merupakan tahap paling penting pada penelitian kualitatif. Objek pada penelitian ini adalah menggunakan postingan media sosial seperti Youtube, Instagram, Twitter dan Facebook yang berkaitan dengan interaksi atau tingkah laku para aktor-aktor politik dalam proses pencalonan Presiden.

Pada pengumpulan data dalam artikel ini peneliti menggunakan empat teknik dalam pengumpulan data yaitu, Dalam pengumpulan data diperoleh melalui kajian pustaka dan dokumentasi untuk mendapatkan data dari permasalahan yang ingin diteliti. Yang berupa postingan di sosial media seperti instargram, tiktok, twitter, dan media sosial lainnya dan juga Pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data di postingan media sosial mengenai proses branding dan juga interaksi atau tingkah laku aktor politik kemudian di screenshot.

Reduksi data Menurut Sugiyono (2018: 247), Reduksi data ialah merangkum, memilih hal yang penting, dan mefokuskan yang penting. Sehingga dapat dikatakan data dari reduksi ini lebih menggambarkan lebih jelas dan membantu peneliti dengan mudah dalam menggumpulkan data selanjutnya.

Penyajian Data menurut Miles dan Huberman mengatakan “ the most frequent form of display data for 63 qualitative the search data in the past has ben narrative text” yang artinya kebanyakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif menggunakan teks yang bersifat naratif. (*Jogiyanto Hartono, 2008 : 49* ) Sehingga memudahkan memahami dan menyusun dalam penelitian ini.

Terakhir yaitu, tahap penarikan kesimpulan ini yaitu mengutarakan kesimpulan atas data-data yang telah didapatkan dari hasil melalui postingan media sosial dan dokumentasi yang membuat penelitian menjawab permasalahan yang ada.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Dalam artikel ini peneliti akan membahas bagaimana dinamika politik dalam proses pencalonan Presiden pada pemilu tahun 2024 melalui media sosial dengan pembahasan menggunakan teori tindakan aktor politik menurut Machiaveli, dengan adanya teori Machiaveli mengatakan bahwa teori tindakan aktor politik ini menciptakan dan memanfaatkan sumber daya politik, yang mana memiliki konsep yaitu *virtu* dan *fortuna* hal ini dapat melihat peran dari tindakan yang dilakukan oleh aktor politik menjadi penting dalam dalam mempengaruhi masyarakat. *Virtu* dijelaskan sebagai keterampilan, kepedulian, kepintaran serta keberanian merupakan sumber daya politik sang aktor untuk mencapai tujuannya. Sedangkan *Fortuna* merupakan peluang dan keberuntungan mengenai fenomena atau pengalaman peristiwa yang terjadi. (Machiavel, 2012:23)

Teori ini digunakan untuk menganalisis perilaku politik yang dalam interaksi atau tingkah laku aktor-aktor dalam proses pencalonan Presiden. Dan dari interaksi perilaku politik tersebut mengenai tingkah laku atau interaksi dengan cara atau bentuk yang berbeda-beda untuk mencapai tujuan tertentu. Pada proses pencalonan presiden tentunya di temukan dinamika politik didalamnya, sehingga didalamnya pasti terdapat tingkah laku atau interaksi yang dilakukan oleh aktor-aktor politik jelang proses pencalonan pemilihan umum.

### **A. Dinamika Politik Terhadap Konteks Partai Politik**

Pada dinamika politik yang terjadi terhadap kontenks tindakan partai politik mengenai jelang pemilihan presiden tahun 2024 mendatang tentunya beragama aksinya untuk mendapatkan memenuhi syarat untuk ikut pemilu 2024. Adanya penetapan mengenai hasil surat keputusan KPU Nomor 518 Tahun 2022 tentang penetapan partai politik terhadap peserta pemilu Presiden.

Berdasarkan pemilihan umum tahun 2024 tentunya adanya aturan mengenai ambang batas pencalonan presiden pada pasal 222 Undang- Undang Nomor 7 tahun 2017 (UU Pemilu) terhadap nilai membatasi jumlah calon presiden yang maju untuk pemilu tahun 2024. Adanya UU nomor 7/PUU-XX/2022 pada pasal 222 yang bertentangan dengan pasal 6A ayat 2 UUD 1945. Hal ini membahas tentang “Pasangan calon diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik peserta pemilu yang memenuhi persyaratan perolehan kursi paling sedikit 20% dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% dari suara sah secara nasional pada pemilu anggota DPR sebelumnya”

Berikut ini adanya hasil salah satu lembaga survei Indonesia mengenai 3 partai politik yang saat ini besar di Indonesia.

**Tabel 4.1 Adanya Peluang dari 3 Partai Politik Di Indonesia**

| No | Nama Partai Politik | Ketua Partai Politik   | Hasil Surve |
|----|---------------------|------------------------|-------------|
| 1. | PDI Perjuangan      | Megawati Soekarnoputri | 22,7%       |
| 2. | Golkar              | Airlangga Hartarto     | 13,8%       |
| 3. | Gerindra            | Prabowo Subianto       | 11,2%       |

*(Sumber : Lingkar Surve Indonesia, 2023)*

Partai politik PDIP, Golkar dan Gerindra yang memiliki besarnya peluang pada tahun 2024 dengan adanya survei tersebut memberikan dampak terhadap poros dinamika politik menuju Capres dan Cawapres dengan mencari serta berkomunikasi dengan setiap partai politik agar dapat memenuhi syarat yaitu 20% suara sah nasional dari kursi DPR terhadap setiap partai-partai politik yang mendaftarkan dirinya ikut serta terhadap pemilihan Presiden tahun 2024 mendatang.

Dengan segala strategi yang dimiliki setiap partai politik untuk dapat bergabung atau berkolaborasi dengan para partai-partai ternama seperti PDIP, Golkar dan Gerindra dan lainnya. Tetapi dari ketiga partai tersebut PDI Perjuangan mungkin belum menentukan seperti apa partai-partai politik yang dapat berkoalisi bersamanya.



## **B. Dinamika Politik terhadap Figur Aktor Politik**

Berdasarkan tindakan aktor politik yang dilakukan oleh para aktor-aktor tersebut sehingga menghasilkan beberapa bentuk maupun pola tindakan untuk mendapatkan apa yang diinginkan oleh setiap masing-masing aktor politik. yang dimana setiap tindakan adalah strategi politik didepan masyarakat agar dapat menarik perhatian para partai-partai politik yang yaitu sebagai berikut:

### 1. Adanya Tindakan Aktor Politik Berdasarkan Human action

Pada tindakan ini peneliti menyimpulkan bahwa upaya atau usaha dari setiap aktor-aktor politik dalam kesiapannya maju ketahun politik di 2024 mendatang tentunya para aktor-aktor politik telah mengatakan siap untuk kemajuan bangsa kedepannya, dengan adanya tindakan ini akhirnya kita dapat melihat bahwa semua aktor-aktor tersebut memang telah menyiapkan dirinya untuk maju pada Pilpres 2024.

Dari ke 8 aktor tersebut tentunya kesiapan yang benar-benar sudah terlihat dan terlaksanakan seperti Prabowo Subianti, Anies Baswedan dan Airlangga Hartarto yang dimana mereka telah memiliki satu partai pendukung terhadap kesiapan untuk maju menjadi peserta pemilu di tahun 2024. Dan juga Prabowo Subianto adalah salah satunya aktor politik dengan tindakan yang paling menghebohkan pada tahun 2022 yang dimana telah mengumumkan langsung terhadap kesiapannya ikut dalam pemilihan dan beliau sudah melakukan kerjasama dengan partai lain.



*(Sumber : Akun Instagram @Prabowo, 4 Desember 2022)*

2. Adanya proses tindakan aktor-aktor Politik

Pada tahap kedua ini peneliti menjelaskan segala tindakan aktor-aktor politik yang bermacam seperti sosialisasi ke masyarakat, kunjungan ke masyarakat dan pesta rakyat. Dari ke 3 proses tersebut peneliti menjelaskan menyimpulkan bahwa setiap tindakan yang dilakukan oleh aktor-aktor politik ini dengan beragam cara untuk dapat menarik perhatian masyarakat dan terutama partai politik untuk dapat dicalonkan. Dan Ganjar Pranowo adalah salah satu aktor politik yang selalu menjadi sorotan dengan branding yang baik di depan masyarakat dan melakukan segala cara secara maksimal untuk mendapatkan keinginannya.



(Sumber : Akun Twitter @Relawanganjarpranowo, 8 Nov 2022)

3. Adanya Tindakan Aktor secara Berulang

Pada tindakan aktor yang dilakukan secara berulang atau terus menerus yaitu melakukan aksi-aksi yang sering dilakukan agar mendapatkan perhatian dan menarik simpati masyarakat dan partai politik, hal ini setiap aktor-aktor tersebut menyelenggarakan suatu acara dan mengunjungi beberapa kegiatan yang ada keagamaan. Tanpa kita sadari bahwa hal ini merupakan suatu proses branding para aktor-aktor politik seperti Anies Baswedan, Sandiaga Uno, Agus Yudhoyono, dan Erick Thohir dengan keaktifannya melakukan suatu tindakan keagamaan di kalangan masyarakat. Hal ini merupakan nilai tambah serta aksi yang dilakukan akan menguntungkan para aktor-aktor politik di kedepannya.



*(Sumber :Akun Instagram @Erickthohir, 2022)*

Salah satunya Erick Thohir dengan segala aksi yang dilakukan oleh aktor politik Erick Thohir memanfaatkan sumber daya yang ia miliki untuk mendapatkan branding yang baik dengan melakukan kegiatan kajian atau keagamaan yang banyak di gemari oleh rakyat Indonesia. hal ini merupakan bentuk dari tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap aktor untuk mendapatkan apa yang diinginkan dan memuaskan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan tentang hasil penelitian di Bab sebelumnya maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa Dinamika politik dalam proses pencalonan Presiden pada pemilu tahun 2024 melalui media sosial, muncul dikarenakan adanya tingkah laku dari aktor-aktor Politik dan Partai Politik untuk mendapatkan timbal baik.

Pertama, adanya dinamika politik yang dilakukan oleh beberapa partai politik untuk mendapatkan kursi DPR sebagai syarat peserta Pemilu dengan memulai kerjasama atau koalisi antar partai politik dan kedua, adanya dinamika politik dilihat dari figur aktor politik dengan memanfaatkan sumber daya yang ia miliki untuk dapat terjun langsung bertemu masyarakat agar mendapatkan suara atau dukungan jelang Pilpres tahun 2024 mendatang.

Pada dasarnya kedua tindakan ini menjelaskan segala tingkah laku atau gerakan yang dilakukan oleh parapartai politik dan aktor-aktor politik jelang pemilu

tahun 2024 dan menimbulkan perubahan pada pola pikir masyarakat serta partai-partai politik untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agus Yudhoyono (2011) “ *Agus Yudhoyono bersama mahasiswa*”. Diakses pada <https://www.instagram.com/agusyudhoyono/> pada tanggal 11 Desember 2022.
- Agustoni. Leo,(2010).“*Pilkada Dan Dinamika Politik Loca*”l, Yogyakarta.
- Airlangga Hartarto (2013) “ *Airlangga Hartarto sosialisasi bersama para santri*”. Diakses di <https://www.facebook.com/AirlanggaHartarto> pada tanggal 13 Desember 2022.
- Anies Baswedan (2009) “ *Sosialisasi anies bersama masyarakat*”. Diakses di akun Twitter @aniesrasyidbaswedan.com pada tanggal 4 Desember 2022
- Arif Rohmadi, (2016). “*Tips Produktif Ber-sosial Media*”, Jakarta. PT ElxMedia Komputindo Kompas Gramedia.
- Boyd,D. (2009).” *Social Media Is Here To Stay...Now What?*” Microsoft Research Tech Fest, Redmond,Washington.
- BudiardjoMiriam, (2008) “ *Dasar-Daras Ilmu Politik*”, Edisi Revisi. Dwiyanto, (2008).*DinamikaPolitik Local Era Otonomi Daerah*, Yogyakarta.
- Dr.Muhammad Sadi Is,.Kun Budianto, (2021). “*Hukum Adiministrasi Negara*”.
- Hartono Jogyianto,(2008) M.,M.B.A.,Ph.D.,D.Prof, Metode pengumpulan danteknik analisi data, Yogyakarta: ANDI, hal 49.Jakarta, hlm 53.
- James B Rule,(2010). “*Theory and Progress in Social Science*” (Cambridge :Cambridge University Press,1997), hlm.80.
- Jimly Asshiddiqie, (2011).“*Perkembangan dan Konsolidasi Lembaga NegaraPasca Amandemen*”, Jakarta: Sinar Grafika ,2010, hlm.107-108.
- Kenneth Newton, Jan W.Van Deth (2016). ‘*Perbandingan Sistem Politik Teori dan Fakta*’, Bandung.
- Moh. Kusnardi dan Harmaily ibrahim,(2009). ”*Pengantar Hukum Tata Negara Indonesia, Pusat Studi Hukum Tata Negara*”. Universitas Indonesia, Jakarta, 1976, hlm.197

*Reza Retamara, Kun Budianto, Reni Apriani, Analisis Tindakan Aktor-Aktor Politik Jelang Pemilu Tahun 2024 Dalam Proses Pencalonan Melalui Media Sosial, JSIPOL, Vol.2 Issue.3 No.2, July 31, 2023*

Nanang Martono.(2016). Metode penelitian sosial, Jakarta : Rajawali Pers  
Samsudin,(2007).“*Buku Pintar Pemilu dan Demokrasi*, Komisi Pemilihan Umum Bogor, Bogor, 2015, hlm 9.

Silih Agung Wasesa, (2010). “*Strategi Public Relations*”, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sugiyono,(2018). “*Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung:Alfabeta. Cet ke-22, h. 338.

Tribunnews, (2014). “ *Sandiaga Uno siap ikut Pilpres 2024*”. Diakses di <https://youtu.be/dDx4DXIj9cM>. pada tanggal 20 Desember 2022.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2008 dari [https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\\_2008\\_42.pdf](https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2008_42.pdf). Diakses pada tanggal 9 Desember 2022.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 dari [https://jdih.kpu.go.id/data/data\\_uu/UU\\_Nomor\\_7\\_Tahun\\_2017\\_Batang\\_Tubuh\\_-\\_Hal.\\_151-317.pdf](https://jdih.kpu.go.id/data/data_uu/UU_Nomor_7_Tahun_2017_Batang_Tubuh_-_Hal._151-317.pdf). Diakses pada tanggal 9 Desember 2022.

Viva Budy Kusnandar, (2022)“survei poltracking proyeksi kandidat kuat kandidasi pilpres2024”. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/survei-poltracking-ganjar-pranowo-calon-presiden-terkuat-pada-pilpres-2024> pada tanggal 10 Juni 2022.

William Liddle. (2012). “*Memperbaiki Mutu Demokrasi Di Indonesia*”, Jakarta, Pusat Studi dan Demokrasi Yayasan wakaf Paramadina dan the Asia Foundation, hlm 23.

Yusrin ahmad, (2018), “*Media Baru Dalam Komunikasi Politik ( Komunikasi Politik I DuniaVirtual )*” Jakarta. Jakad Media Publishing.