

**KADER LOYALIS, BERPROSES DARI BAWAH, DAN PRO  
UMKM: POLITIK PERSONALISASI KANDIDAT  
PEREMPUAN PADA PEMILIHAN LEGISLATIF TAHUN 2024  
SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial  
(S.Sos.) dalam Bidang Ilmu Politik



**OKKY PUTRA SYAHRIR**

**NIM: 10020120059**

**Program Studi Ilmu Politik**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**

**Desember, 2023**

## PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

### PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Okky Putra Syahrir

NIM : 10020120059

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : Kader Loyalis, Berproses Dari Bawah, Dan Pro UMKM: Politik  
Personalisasi Kandidat Perempuan Pada Pemilihan Legislatif  
Tahun 2024

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini kemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 12 Desember 2023



**Okky Putra Syahrir**  
NIM 10020120059

## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

### PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Okky Putra Syahrir


NIM : 10020120059

Program Studi : Ilmu Politik

Berjudul *Kader Loyalis, Berproses Dari Bawah, dan Pro UMKM: Politik Personalisasi Kandidat Perempuan Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2024*, saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dalam bidang Ilmu Politik

Surabaya, 05 Januari 2024

Dosen Pembimbing,



**Noor Rohman, MA.**  
NIP. 198510192015031001

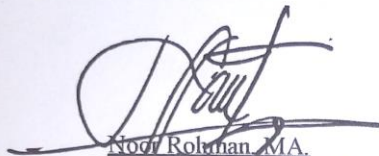
## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Okky Putra Syahrir dengan judul *Kader Loyalis, Berproses Dari Bawah, Dan Pro UMKM: Politik Personalisasi Kandidat Perempuan Pada Pemilihan Legislatif Pada Tahun 2024* telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 20 Desember 2023

#### Tim Penguji Skripsi

Dosen Pembimbing



Nogi Rohman, MA.  
NIP. 198510192015031001

Dosen Penguji 2



Dr. Aniek Nurhayati, M.Si  
NIP. 196909071994032001

Dosen Penguji 1



Dr. Andi Suwarko, M.Si  
NIP. 197411102003121004

Dosen Penguji 3



Laili Bariroh, M.Si  
NIP. 197711032009122002

Surabaya, 20 Desember 2023

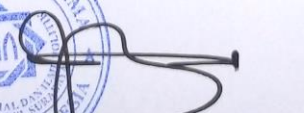
Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



  
Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag  
NIP. 197306272000031002



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Okky Putra Syahrir  
NIM : 10020120059  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Politik  
E-mail address : okkysyahrir27@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

KADER LOYALIS, BERPROSES DARI BAWAH, DAN PRO UMKM : POLITIK

PERSONALISASI KANDIDAT PEREMPUAN PADA PEMILIHAN LEGISLATIF TAHUN

2024

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 Februari 2024

Penulis

  
( Okky Putra Syahrir )  
nama terang dan tanda tangan

## ***ABSTRACT***

**Okky Putra Syahrir, 2023.** *Loyalist Cadres, Process From Below, And Pro UMKM: Personalized Politics Of Female Candidates In The 2024 Legislative Election*, Thesis of the Political Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Sunan Ampel Islamic University Surabaya.

**Keywords:** Personalization, Political Parties, Social Media

The personalization that occurs on Agatha Retnosari's social media is not as significant as what happens in western countries, with a relatively moderate number of followers. Personalization on Agatha's social media is not significant, especially for Agatha, using social media has become a lifestyle to keep up with the times. Even though the results of this research are like this, it does not mean that personalization on Agatha's social media does not occur. From Agatha's daily posts, whether lifestyle or political activities, this is the reason personalization remains on Agatha's social media. Of Agatha's two social media, Instagram is the social media that is intensively used as an effort to get closer to society through personalization. The number of posts on Instagram and Facebook is also quite large with not too many followers.

The form of personalization of Agatha's two social media both places personal life and political activities as personalization and the results of content analysis in the form of posting time reveal that Agatha's two social media have a certain intensity in her free days, this is because Agatha controls them herself. This research uses Agatha Retnosari because Agatha is a legislative member from the PDI-Perjuangan who is returning in the 2024 legislative election and has served two terms as a council member. Apart from that, because the number of Agatha's posts is considered quite large and access to Agatha is very easy for various groups to find, this is the background for the author choosing Agatha as a research subject.

This research is descriptive qualitative research using a case study approach, to strengthen the research data using interview, observation and documentation techniques. The analytical techniques used to minimize errors and unclear data include data reduction, data presentation and drawing conclusions.

## ABSTRAK

**Okky Putra Syahrir, 2023.** *Kader Loyalis, Berproses Dari Bawah, Dan Pro UMKM: Politik Personalisasi Kandidat Perempuan Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2024*, Skripsi Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

**Kata Kunci:** Personalisasi, Partai Politik, dan Media Sosial

Personalisasi yang terjadi pada media sosial Agatha Retnosari tidak signifikan apa yang terjadi pada negara barat, dengan jumlah pengikut yang relatif sedang. Personalisasi pada media sosial Agatha tidak signifikan, apalagi bagi Agatha penggunaan media sosial menjadi lifestyle untuk mengikuti perkembangan zaman. Walaupun hasil temuan penelitian ini demikian, bukan berarti personalisasi pada media sosial Agatha tidak terjadi. Dari postingan keseharian Agatha baik gaya hidup atau kegiatan politik, menjadi alasan personalisasi tetap ada pada media sosial Agatha. Di antara kedua media sosial Agatha instagram menjadi media sosial yang intens di gunakan sebagai upaya mendekatkan diri kepada masyarakat melalui personalisasi, jumlah postingan pada instagram maupun facebook juga termasuk besar dengan jumlah pengikut yang tidak terlalu banyak.

Bentuk personalisasi kedua media sosial Agatha sama-sama menempatkan kehidupan pribadi serta kegiatan politik sebagai personalisasi dan dengan hasil content analysis berupa waktu posting mengungkapkan bahwa kedua media sosial Agatha memiliki intensitas tertentu di hari-hari luang, hal ini karena Agatha mengendalikannya sendiri. Penelitian ini menggunakan Agatha Retnosari karena Agatha merupakan anggota legislatif dari PDI-Perjuangan yang kembali pada pemilu legislatif 2024 dan telah dua periode sebagai anggota dewan. Selain itu, karena jumlah postingan Agatha yang di anggap cukup banyak dan akses kepada Agatha sangat mudah untuk di temui oleh berbagai kalangan yang melatarbelakangi penulis memilih Agatha sebagai subyek penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan pendekatan studi kasus, untuk memperkuat data penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan untuk meminimalisir kesalahan dan ketidakjelasan data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. PENGANTAR.....	1
B. LATAR BELAKANG .....	1
C. RUMUSAN MASALAH .....	14
D. TUJUAN PENELITIAN .....	15
E. MANFAAT PENELITIAN .....	15
F. KAJIAN PUSTAKA .....	18
G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN .....	29
H. KESIMPULAN .....	31



<b>BAB II PERSPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI UTAMA.....</b>	<b>33</b>
A. PENGANTAR.....	33
B. POLITIK PERSONALISASI KANDIDAT PEREMPUAN .....	34
C. POLITIK PERSONALISASI KANDIDAT PEREMPUAN MELALUI MEDIA SOSIAL.....	36
1. SOSIAL MEDIA, PEREMPUAN, DAN POLITIK.....	39
D. ARGUMENTASI UTAMA .....	42
E. KESIMPULAN.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. PENGANTAR.....	45
B. METODE PENELITIAN .....	46
1. JENIS DAN UNIT ANALISIS .....	46
2. SITUASI SOSIAL .....	47
3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	48
4. TEKNIK ANALISIS DATA.....	51
5. TEKNIK VALIDASI DATA .....	52
C. KESIMPULAN.....	53

<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. PENGANTAR.....	54
B. SEKILAS TENTANG AGATHA RETNOSARI .....	55
1. KAPAN AGATHA BERPOLITIK?.....	55
2. KEBERHASILAN MERAH KURSI PADA PILEG 2019.....	57
3. AGATHA SEBAGAI CALEG DI PILEG 2024.....	59
C. POLITIK PERSONALISASI SEBAGAI ARENA KAMPANYE POLITIK	
62	
1. POLITIK PERSONALISASI SEBAGAI KADER YANG LOYAL .....	66
2. POLITIK PERSONALISASI KANDIDAT PEREMPUAN.....	80
D. POLITIK PERSONALISASI KANDIDAT PEREMPUAN SEBAGAI	
LIFESTYLE.....	92
1. LOYALITAS AGATHA RETNOSARI TERHADAP PARTAI .....	95
2. AGATHA SEBAGAI PEJUANG POLITIK DAN PRO UMKM.....	101
E. KESIMPULAN.....	115
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>117</b>
A. KESIMPULAN.....	117
B. SARAN.....	118
1. BAGI INSTITUSI .....	118
2. BAGI PENULIS.....	118

**DAFTAR PUSTAKA .....119**

**LAMPIRAN ..... 124**



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Partai peserta pemilu 2024 .....	3
Tabel 1. 2 Partai pemenang terbesar di Jawa Timur Tahun 2019 .....	4
Tabel 1. 3 Diagram rekapitulasi media sosial tanggal 25 November 2023 .....	8
Tabel 4. 1 Perolehan suara anggota dewan terpilih dapil 1 Kota Surabaya .....	58
Tabel 4. 2 Diagram rekapitulasi akun instagram tanggal 25 November 2023 .....	73
Tabel 4. 3 Grafik pertumbuhan akun instagram .....	75
Tabel 4. 4 Diagram rekapitulasi akun facebook tanggal 25 November 2023 .....	88
Tabel 4. 5 Grafik pengguna instagram pada tahun 2023.....	94
Tabel 4. 6 Tabel perolehan suara 5 partai terbesar di Jawa Timur .....	106

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Gambar hastag postingan Agatha .....	63
Gambar 4. 2 Waktu posting awal November.....	64
Gambar 4. 3 Waktu posting akhir November .....	65
Gambar 4. 4 Gambar grafik pengguna instagram.....	69
Gambar 4. 5 Gambar postingan engagment teratas .....	70
Gambar 4. 6 Gambar salah satu postingan.....	71
Gambar 4. 7 Personalisasi kandidat perempuan.....	83
Gambar 4. 8 Gambar Personalisasi pada akun facebook.....	89
Gambar 4. 9 Gambar Akun Facebook.....	97
Gambar 4. 10 Gambar tentang Ganjar-Mahfud pada media sosial Agatha.....	100
Gambar 4. 11 Gambar kegiatan bantuan ambulance .....	103
Gambar 4. 12 Gambar karya anak Agatha Retnosari.....	104
Gambar 4. 13 Akun Instagram.....	105
Gambar 4. 14 Gambar Agatha sebagai pejuang politik .....	107
Gambar 4. 15 Gambar program umkm blue and green economy .....	109
Gambar 4. 16 Gambar Agatha anggota dewan pro usaha mikro .....	110
Gambar 4. 17 Gambar pemberdayaan umkm oleh Agatha .....	113

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Budarti. *Personalisasi Partai Politik Di Indonesia Era Reformasi*. Edited by Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Jakarta, 2018.
- Alam, Sukma. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik." *Avant Garde* 9, no. 1 (2021): 67. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1257>.
- Alfansyur, Andarusni, and Mariyani. "Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial." *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah* 5, no. 2 (2020): 146–50.
- Annur, Cindy Mjutia. "10 Negara Dengan Jumlah Pengguna Facebook Terbesar Dunia (per April 2023)," n.d. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/29/pengguna-facebook-di-indonesia-tembus-135-juta-orang-hingga-april-2023-peringkat-berapa-di-dunia>.
- Arafat, Gusti Yasser. "MEMBONGKAR ISI PESAN DAN MEDIA DENGAN CONTENT ANALYSIS." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (January 2, 2019): 32. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2370>.
- Bennett, W. Lance. "The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation." *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 644, no. 1 (2012): 20–39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>.
- . "The Personalization of Politics." *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 644, no. 1 (November 3, 2012): 20–39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>.
- Bittner, Amanda. "The Personalization of Politics in Anglo-American Democracies." *Frontiers in Political Science* 3 (July 2, 2021). <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.660607>.
- Blondel, Jean, and Jean-Louis Thiebault, eds. *Political Leadership, Parties and Citizens*. Routledge, 2009. <https://doi.org/10.4324/9780203863435>.
- Caers, Ralf, Tim De Feyter, Marijke De Couck, Talia Stough, Claudia Vigna, and Cind Du Bois. "Facebook: A Literature Review." *New Media & Society* 15, no. 6 (September 11, 2013): 982–1002. <https://doi.org/10.1177/1461444813488061>.
- Campus, Donatella. "The Personalization of Politics: A Study of Parliamentary Democracies, by Lauri Karvonen." *Political Communication* 27, no. 4 (October 29, 2010): 476–78. <https://doi.org/10.1080/10584609.2010.517103>.
- Cindy Mutia Annur. "Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak Ke-4 Di Dunia," n.d.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Ini menempatkan Indonesia sebagai negara,juta orang per Januari 2023.>

Corner, John, and Dick Pels. "Introduction: The Re-Styling of Politics." In *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*, 1–18. 1 Oliver's Yard, 55 City Road, London EC1Y 1SP United Kingdom: SAGE Publications Ltd, 2003. <https://doi.org/10.4135/9781446216804.n1>.

Cross, William, and Jean-Benoit Pilet, eds. *The Politics of Party Leadership*. Oxford University Press, 2015. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198748984.001.0001>.

Darwin, Rizkika Lhena, and Haryanto. "Women Candidates and Islamic Personalization in Social Media Campaigns for Local Parliament Elections in Indonesia." *South East Asia Research* 29, no. 1 (2021): 72–91. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2021.1878928>.

Dewi, Retasari, and Preciosa Alnashava Janitra. "Dramaturgi Dalam Media Sosial : Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 3 (2018): 340–47.

Ekawati, Esty, and Mouliza K Donna Sweinstani. "Dampak Personalisasi Partai Terhadap Demokrasi Internal Partai Di Indonesia Pasca Orde Baru." *JWP (Jurnal Wacana Politik)* 5, no. 2 (2020): 111. <https://doi.org/10.24198/jwp.v5i2.28850>.

Enli, Gunn Sara, and Eli Skogerbø. "PERSONALIZED CAMPAIGNS IN PARTY-CENTRED POLITICS: Twitter and Facebook as Arenas for Political Communication." *Information Communication and Society* 16, no. 5 (2013): 757–74. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>.

Fadiyah, Dina, and Jimmy Simorangkir. "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo Pada Pilpres 2019." *Journal of Political Issues* 3, no. 1 (2021): 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>.

Fauzia, Alya Zachra, Sri Maslihah, and Helli Ihsan. "PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN TERHADAP SELF-DISCLOSURE PADA DEWASA AWAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA BANDUNG." *Journal of Psychological Science and Profession* 3, no. 3 (December 27, 2019): 151. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>.

Feny Rita Fiantika, Dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin, 2022. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.

Golder, Scott A., Dennis M. Wilkinson, and Bernardo A. Huberman. "Rhythms of Social Interaction: Messaging Within a Massive Online Network." In *Communities and Technologies 2007*, 41–66. London: Springer London, 2007.

[https://doi.org/10.1007/978-1-84628-905-7\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-84628-905-7_3).

- Gulati, Girish J., and Christine B. Williams. "2. Congressional Campaigns' Motivations for Social Media Adoption." *Controlling the Message*, no. August (2016): 32–52. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479886357.003.0002>.
- Hasanah, Hasyim. "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)." *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Hillman, Ben. "The Limits of Gender Quotas: Women's Parliamentary Representation in Indonesia." *Journal of Contemporary Asia* 48, no. 2 (March 15, 2018): 322–38. <https://doi.org/10.1080/00472336.2017.1368092>.
- Huddy, Leonie, David Sears, Los Angeles, Gian Vittorio Caprara, and Michele Vecchione. *The Oxford Handbook of Political Psychology. The Oxford Handbook of Political Psychology*, 2013. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199760107.001.0001>.
- Kertanegara, M Rizky. "Strategi Komunikasi Visual Online Akun Instagram @Rindujabarjuara Pada Pilkada Jawa Barat 2018." *Prosiding Comnews 1* (2019): 130–40.
- Kim, Yonghwan. "Politics of Representation in the Digital Media Environment: Presentation of the Female Candidate between News Coverage and the Website in the 2007 Korean Presidential Primary." *Asian Journal of Communication* 22, no. 6 (December 2012): 601–20. <https://doi.org/10.1080/01292986.2012.662513>.
- Lestari, Fadhilah Juwita, Shany Pebrianti, and Aceng Ruhendi Syaifullah. "Strategi Kampanye Ridwan Kamil Dalam Media Instagram." *FON : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 13, no. 2 (2018). <https://doi.org/10.25134/fjpbsi.v13i2.1548>.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edited by Iman Taufik. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Marino, Bruno, Nicola Martocchia Diodati, and Luca Verzichelli. "The Personalization of Party Politics in Western Europe (1985–2016): Evidence from an Expert Survey." *Acta Politica* 57, no. 3 (July 31, 2022): 571–96. <https://doi.org/10.1057/s41269-021-00210-x>.
- McGregor, Shannon C. "Personalization, Social Media, and Voting: Effects of Candidate Self-Personalization on Vote Intention." *New Media and Society* 20, no. 3 (2018): 1139–60. <https://doi.org/10.1177/1461444816686103>.
- McGregor, Shannon C., Regina G. Lawrence, and Arielle Cardona. "Personalization, Gender, and Social Media: Gubernatorial Candidates' Social Media Strategies." *Information Communication and Society* 20, no. 2 (2017): 264–83. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1167228>.



- McGregor, Shannon C., and Rachel R. Mourão. "Talking Politics on Twitter: Gender, Elections, and Social Networks." *Social Media + Society* 2, no. 3 (July 17, 2016): 205630511666421. <https://doi.org/10.1177/2056305116664218>.
- McGregor, Shannon C. "Personalization, Social Media, and Voting: Effects of Candidate Self-Personalization on Vote Intention." *New Media & Society* 20, no. 3 (March 13, 2018): 1139–60. <https://doi.org/10.1177/1461444816686103>.
- Meeks, Lindsey. "Gender Politics and Twitter in the 2012 Elections." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.
- Mendrofa, Definitif, and Efriza Efriza. "Analisis Personalisasi Partai Politik Di Era Reformasi." *Administratio: Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan* 13, no. 2 (2022): 205–19. <https://doi.org/10.23960/administratio.v13i2.332>.
- Monavia Ayu Rizaty. "Pengguna Instagram Di RI Capai 106,72 Juta Hingga Februari 2023," 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>.
- Muhammad, Nabila. "KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi Oleh Kelompok Gen Z Dan Milenial," n.d. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>.
- Muhammad, Nizal, and Amin Aminudin. "Peran Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Politik (Studi Deskriptif Anggota DPR RI pada Akun @Sartonohutomo)." *Jurnal Komunikasi Universitas Budi Luhur* 5, no. April 2016 (2016): 28–37.
- Nisa, Eva F. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1–2 (February 14, 2018): 68–99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>.
- Pruysers, Scott, and William Cross. "Research Note: 'Negative' Personalization: Party Leaders and Party Strategy." *Canadian Journal of Political Science* 49, no. 3 (September 26, 2016): 539–58. <https://doi.org/10.1017/S0008423916000779>.
- Rahat, Gideon, and Ofer Kenig. *From Party Politics to Personalized Politics? Vol. 1*. Oxford University Press, 2018. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198808008.001.0001>.
- Ramadhan, Mohammad Ghiarola Jamalullail. "EFEKTIFITAS SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @jokowi DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING PADA KAMPANYE PILPRES 2019." *Universitas Muhammadiyah Tangerang*, 2020, 21. <https://osf.io/arn48/>.
- Retnosari, Agatha. "Wawancara Dengan Anggota DPRD Provinsi Jawa Timur Tanggal 24/11/2023." Surabaya, 2023.

Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.

Robert, By, and E Bob Brown. "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title," no. 1 (2004): 1–14.

Yarchi, Moran, and Tal Samuel-Azran. "Women Politicians Are More Engaging: Male versus Female Politicians' Ability to Generate Users' Engagement on Social Media during an Election Campaign." *Information, Communication & Society* 21, no. 7 (July 3, 2018): 978–95. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1439985>.

Yonatan, Agnes Z. "Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023," n.d. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz#:~:text=Pengguna Instagram di tahun 2023 didominasi oleh remaja dan dewasa,3 dengan 15%2C7%25>.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A