

Peran Buzzer Politik Prabowo Dalam Pembentukan Opini Publik di Media Sosial Tiktok

Diani Assadiyah¹, Tina Kartika², Abdul Firman Ashaf³, Purwanto Putra⁴, Nanang Trenggono⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel

Dikirimkan:

30 Mei 2025

Direvisi:

19 Juni 2025

Diterima:

23 Juni 2025

Diterbitkan:

30 Maret 2025

Abstrak - Penelitian ini membahas peran strategis buzzer politik dalam membentuk opini publik melalui media sosial TikTok selama masa kampanye Pemilu 2024, dengan fokus pada pasangan calon Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan analisis isi, penelitian ini mengeksplorasi strategi komunikasi yang digunakan buzzer, bentuk konten yang diproduksi, serta tanggapan audiens. Hasil menunjukkan bahwa buzzer mampu membentuk citra baru Prabowo yang lebih dekat dengan generasi muda, tercermin melalui narasi populer seperti "Prabowo Gemoy". Strategi ini berdampak pada peningkatan elektabilitas, terutama di kalangan pemilih milenial. Namun, aktivitas buzzer juga berimplikasi negatif, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, kampanye negatif, dan polarisasi opini publik. Oleh karena itu, pentingnya penguatan literasi digital dan regulasi terhadap aktivitas buzzer menjadi salah satu rekomendasi utama penelitian ini. Temuan ini memperkaya kajian komunikasi politik digital dan memberikan wawasan untuk merumuskan strategi kampanye yang lebih etis dan bertanggung jawab di era media sosial.

Kata Kunci

Buzzer politik
Tiktok
Opini Publik
Komunikasi digital
Kampanye
political buzzers
TikTok
Public opinion
Digital communication,
Campaign Strategy

Abstract - This study explores the strategic role of political buzzers in shaping public opinion through the social media platform TikTok during the 2024 Indonesian presidential election campaign, with a specific focus on the Prabowo Subianto–Gibran Rakabuming Raka presidential-vice presidential ticket. Using a qualitative approach through case studies and content analysis, the research investigates the communication strategies employed by buzzers, the types of content disseminated, and audience responses. The findings reveal that buzzers successfully rebranded Prabowo's image to appear more relatable and appealing to younger voters, as reflected in the viral narrative of "Prabowo Gemoy." This communication strategy significantly contributed to increased electability among millennial voters. However, buzzer activity also raises concerns due to the spread of misinformation, negative campaigning, and the intensification of political polarization. Therefore, this study emphasizes the importance of strengthening digital literacy and regulating buzzer activity to uphold a healthy democratic process. The research contributes to the broader discourse on digital political communication and offers insights into developing more ethical and responsible campaign strategies in the social media era.

Corresponding Author:

Diani Assadiyah, Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, 35141, Email: diahassadiyah@gmail.com



PENDAHULUAN

Polarisasi politik muncul akibat peran buzzer politik, yang sering kali berhubungan dengan provokasi dan penyebaran propaganda lewat media sosial. Sebagai platform baru, media sosial menunjukkan pola komunikasi yang lebih fleksibel dan setara. Dengan demikian, buzzer yang secara budaya tidak terikat dalam sistem politik bisa menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keputusan politik oleh pemilih atau masyarakat. Kehadiran media baru ini menimbulkan kecemasan yang mendalam di masyarakat, di mana mereka berangsur-angsur terpaksa terpecah untuk menghadapi narasi yang ambigu. Situasi ini muncul karena media konvensional tidak mampu melakukan peliputan yang terpercaya dan lebih memilih menyajikan berita secara superficial untuk menarik minat pembaca (Mulyadi, 2023, pp. 2-3). Selain itu, maraknya aktivitas warga yang mempublikasikan berita dengan sumber yang tidak jelas di media sosial dapat merusak citra suatu kasus yang diinformasikan. Akibatnya, masyarakat menjadi sangat bergantung pada informasi elektronik dan jaringan komunikasi yang kompleks, serta mengalokasikan sebagian besar sumber daya mereka untuk kegiatan komunikasi politik (Putra, 2024).

Di tengah keterbatasan media arus utama yang sering kali tidak mampu memberikan liputan yang mendalam dan dapat dipercaya, media sosial muncul sebagai alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi politik. Namun, sifat terbukanya justru memfasilitasi penyebaran informasi tanpa proses verifikasi, yang pada akhirnya meningkatkan risiko terjadinya disinformasi. Akibatnya, masyarakat semakin bergantung pada ekosistem komunikasi digital yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan. (Alamsyah, 2023).

TikTok, sebagai platform video pendek yang sangat diminati oleh generasi muda, kini telah bertransformasi menjadi arena politik digital yang sangat aktif. Menurut Kompasiana (2024), sebagian besar pengguna TikTok di Indonesia berasal dari kelompok usia 17–35 tahun, yang juga merupakan segmen pemilih terbesar dalam Pemilu 2024. Fenomena ini melahirkan aktor baru dalam komunikasi politik, yaitu buzzer politik yang secara sistematis membangun citra dan narasi tertentu melalui konten yang viral dan emosional.

Buzzer adalah individu atau kelompok yang secara profesional mengelola akun media sosial untuk menyebarkan konten promosi atau kampanye tertentu. Meskipun awalnya digunakan dalam pemasaran digital, kini strategi buzzer telah diadopsi dalam politik untuk membentuk persepsi publik. Konten yang dihasilkan sering kali dirancang untuk menarik perhatian, menghibur, dan mendorong interaksi luas melalui kombinasi teks, gambar, musik, hingga meme (Fitria, 2023).

Salah satu contoh menarik adalah strategi media sosial pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Mereka memanfaatkan jasa buzzer di TikTok untuk meningkatkan elektabilitas, dengan menampilkan narasi emosional dan simbol yang dekat dengan generasi muda. Contoh paling mencolok adalah viralnya julukan "Prabowo Gemoy", yang berhasil mengubah citra Prabowo dari sosok militer yang tegas menjadi lebih hangat dan akrab di mata publik (Wulandari et al., 2023, p. 136).

Menurut survei LSI (Luxiana, 2024), elektabilitas pasangan Prabowo-Gibran meningkat menjadi 47% pada akhir tahun 2023, dengan dukungan yang dominan dari generasi milenial dan Gen Z. Fenomena ini menunjukkan bahwa strategi digital yang berbasis emosi dan keviralan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap opini publik. Namun, keberadaan buzzer juga menimbulkan dilema etis. Selain menyebarkan konten positif, mereka juga sering terlibat dalam kampanye negatif, penyebaran hoaks, dan pembentukan opini yang memecah belah. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara kritis bagaimana buzzer politik beroperasi dalam ekosistem komunikasi digital dan dampaknya terhadap proses demokrasi (Miqdad, 2024)

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi komunikasi buzzer politik Prabowo dan Gibran di platform TikTok membentuk opini publik menjelang Pemilu 2024?, dengan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam peran buzzer dalam membentuk citra politik melalui konten digital, serta mengidentifikasi dampaknya terhadap persepsi dan perilaku politik masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi penelitian lebih lanjut terkait strategi kampanye politik yang lebih etis dan efektif di era digital, sekaligus memperkaya kajian akademik mengenai komunikasi politik dan media sosial di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi dan studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana buzzer politik Prabowo dan Gibran berperan dalam membentuk opini publik di media sosial TikTok. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami konteks, makna, serta strategi komunikasi yang diterapkan oleh buzzer secara lebih menyeluruh dan mendalam, sekaligus menangkap dinamika interaksi antara buzzer dan audiens pada platform yang sangat visual dan interaktif tersebut. Penelitian kualitatif adalah sebuah metode yang dirancang untuk mengeksplorasi pemahaman yang dalam mengenai fenomena atau konteks tertentu dengan pendekatan yang bersifat deskriptif dan interpretatif. Metode ini menekankan pada pemahaman arti, pandangan, serta konteks yang melibatkan individu dalam situasi yang sedang dianalisis. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menekankan pada pengukuran serta analisis data angka, penelitian kualitatif lebih mengedepankan pemahaman terhadap konsep dan proses sosial secara keseluruhan. (Niam et al, 2024)

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara sekunder dari 8 video TikTok dari 4 akun buzzer tiktok yang diunggah oleh akun-akun buzzer politik, yang dipublikasikan dalam rentang waktu Oktober 2023 hingga Februari 2024. Pemilihan sampel dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan beberapa kriteria: jumlah tayangan (lebih dari 1 juta views), tingkat interaksi yang tinggi (like dan komentar), serta relevansi langsung dengan citra pasangan calon Prabowo-Gibran.

Teknik analisis yang diterapkan adalah analisis isi tematik, yang bertujuan untuk mengidentifikasi narasi dominan, gaya penyampaian pesan, serta strategi persuasif yang digunakan oleh buzzer. Peneliti melakukan kategorisasi terhadap elemen-elemen komunikasi seperti penggunaan humor, simbol visual, dan narasi emosional yang muncul secara berulang dalam konten.

Analisis dalam penelitian ini mengacu pada teori framing yang dikemukakan oleh Robert Entman, yang menekankan bagaimana suatu isu dibingkai dalam media untuk membentuk persepsi publik. (Widyaya et al, 2024) Selain itu, teori spiral of silence dari Elisabeth Noelle-Neumann digunakan untuk memahami potensi dominasi opini mayoritas yang menyebabkan kelompok dengan pandangan berbeda menjadi enggan untuk menyuarakan pendapat mereka. (Cobis et al, 2023) Teori komunikasi politik digital dari Brian McNair dan Manuel Castells juga diterapkan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas tentang dinamika komunikasi politik di era platform digital, di mana media sosial berfungsi sebagai alat strategis dalam memobilisasi opini dan membentuk citra politik. (Rianto, 2019). Dengan pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya menelusuri isi konten buzzer, tetapi juga bagaimana konten tersebut bekerja secara simbolik dan psikologis dalam membentuk opini publik dan persepsi kolektif terhadap tokoh politik tertentu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan buzzer dalam membentuk pandangan publik sangat berkaitan dengan metode komunikasi persuasif yang mereka gunakan. Buzzer tidak hanya berfungsi untuk menyebarluaskan informasi atau isu, tetapi juga berperan sebagai pengaruh dalam membentuk cara pandang dan sikap masyarakat terhadap suatu permasalahan. Dalam pemilihan presiden 2024, Prabowo dikenal oleh publik dengan sebutan "Gemoy," yang memberikan kesan lucu dan menawan, pada akhirnya mampu merubah pandangan negatif tentang Prabowo yang terkait dengan dugaan pelanggaran hak asasi manusia pada kasus penculikan aktivis serta kerusuhan Mei 1998. Kini, Prabowo yang sebelumnya dikenal dengan ketegasan dalam bidang militer menjadi lebih terlihat bersahabat dan lembut di mata masyarakat. (Hidayah, 2024) Dapat dilihat peran buzzer menjadi sangat penting karena mereka mampu menghadirkan citra yang berbeda dari biasanya yang melekat pada sosok politik tersebut. Media sosial saat ini, seperti TikTok, memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk opini publik dan bahkan dapat memengaruhi preferensi politik para pemilih melalui konten-konten yang dibuat oleh penggunanya. Oleh karena itu, pemanfaatan TikTok oleh buzzer sebagai sarana komunikasi politik terbukti cukup efektif dalam menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat luas((Mafulah, 2024).

Tabel 1. Akun buzzer tiktok

Akun Tiktok	Nama Pengguna	Jumlah View Tertinggi	Narasi Utama
Renwo_02	@prabowosubianto_08	1,67 jt	Membandingkan dengan lawan

King Gemoy 02	@mas_fadly_96	3 jt	Memuji ketampanan Prabowo
nnda_08	@psdfans	4,8 jt	Joget dan narasi gemoy
PRABOWO	@prabowo.subianto.08	6,9 jt	Aksi Kelucuan dan menggemaskan prabowo
SUBIANTO			

Sumber: Penelitian (2025)

Pada tabel 1 Konten yang dibagikan didominasi oleh narasi visual yang lucu dan menggemaskan. Narasi "Prabowo Gemoy" menjadi pusat dalam membentuk persepsi bahwa Prabowo adalah sosok pemimpin yang ramah, santai, dan dicintai oleh generasi muda, selain itu pada salah satu konten juga menampilkan ketampanan saat prabowo muda yang membuat audiens tertarik dan memuji ketampanan prabowo.



Sumber: Tiktok (2025)

Gambar 2. komentar netizen di platform tiktok

Pada gambar diatas analisis komentar menunjukkan komentar bersifat positif dan emosional ("lucu bgt pawowo", comel, tapi kejam, udah lucu pa, mana makanannya aku laper" dan bercampur dengan komentar mendoakan prabowo dan tidak terlihat komentar yang kritis karna tertutup oleh komentar positif. Hal ini menunjukkan bahwa konten buzzer mampu membengkokkan ulang citra politik menjadi lebih personal dan emosional, dengan dampak signifikan terhadap keterlibatan publik.

Buzzer politik merupakan individu atau kelompok yang aktif mengelola serta menyebarkan berbagai konten di media sosial dengan tujuan membentuk persepsi dan opini publik sesuai agenda politik tertentu. Mereka memanfaatkan beragam jenis konten, seperti narasi yang terstruktur, gambar, video, meme, dan teks singkat yang mudah dipahami agar pesan yang disampaikan dapat cepat diterima dan tersebar luas di kalangan pengguna media sosial. Konten visual seperti foto, video, dan meme sangat efektif karena kemampuannya menarik perhatian dan mudah dibagikan, sehingga mempercepat proses penyebaran pesan. Narasi yang dibuat oleh buzzer dirancang sedemikian rupa agar sesuai dengan psikologi massa, mampu memicu emosi, serta memperkuat dukungan terhadap tokoh atau isu politik tertentu. Dengan pendekatan ini, buzzer dapat mengarahkan opini publik secara terorganisir dan masif (Miqdad, 2024).

Perhatian terhadap eksistensi buzzer politik di platform media sosial saat ini berkaitan dengan penyampaian pesan-pesan kampanye kepada masyarakat dengan niat memengaruhi pandangan umum. Pengarahan pandangan tersebut dilakukan dalam berbagai cara, termasuk kampanye yang bersifat positif maupun negatif. Para buzzer sering menggunakan kampanye negatif untuk merusak reputasi individu-individu politik yang menjadi target, agar dapat memengaruhi opini publik. Meskipun model kampanye negatif diizinkan, hal ini memunculkan keprihatinan karena dapat berpotensi menimbulkan informasi palsu serta menimbulkan konflik yang dapat menghasilkan tindakan provokatif. (Miqdad, 2024).

Analisis Komentar Netizen: Framing Emosional dan Penguatan Narasi "Gemoy"

Hasil analisis terhadap komentar netizen pada berbagai konten TikTok mengenai Prabowo Subianto menunjukkan adanya dominasi sentimen positif yang sangat kuat. Komentar-komentar seperti "Gemoy banget sih pak Prabowo", "Lucuu banget ihhh sehat terus bapakkk", hingga "Gabisa ini terlalu ganteng, terhipnotis" menunjukkan bahwa netizen tidak hanya merespons Prabowo secara politis, tetapi juga secara afektif dan

personal. Fenomena ini mencerminkan keberhasilan framing yang dilakukan oleh buzzer dan tim digitalnya dalam membentuk citra "Prabowo Gemoy" sebagai sosok yang lucu, santai, dan mudah didekati. Framing ini berfungsi secara aktif sesuai dengan model Robert Entman (1993), di mana aspek tertentu dari citra Prabowo seperti ekspresi lucu, gaya joget, interaksi dengan netizen ditonjolkan, sementara aspek kontroversial seperti rekam jejak militeristik atau isu dinasti diredam melalui narasi visual yang menyenangkan.

Komentar netizen juga menunjukkan keterlibatan emosi yang tinggi serta ikatan parasosial terhadap figur politik. Beberapa pengguna menyebut Prabowo sebagai "tipe presiden idaman" atau "mirip pacar", yang menunjukkan transformasi komunikasi politik dari arena rasional menjadi ranah emosional dan personal. Dalam konteks ini, media sosial seperti TikTok berfungsi tidak hanya sebagai alat distribusi pesan politik, tetapi juga sebagai ruang produksi citra yang dikelola secara visual, musikal, dan viral.

Tidak ditemukannya komentar kritis yang signifikan dalam tangkapan komentar juga dapat dijelaskan melalui teori Spiral of Silence (Noelle-Neumann, 1974), yaitu kecenderungan publik untuk diam atau tidak menyuarakan opini minoritas ketika mayoritas narasi publik (dalam hal ini: positif terhadap Prabowo) mendominasi. Pengguna TikTok yang memiliki opini berbeda kemungkinan besar memilih untuk diam karena takut dianggap "tidak mengikuti tren" atau diserang secara digital.

Dalam sudut pandang komunikasi politik digital, hasil penelitian ini menegaskan bahwa buzzer tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan dari kalangan elite, tetapi juga berperan sebagai pencipta makna yang mengadaptasi politik dengan budaya digital yang populer. TikTok dimanfaatkan bukan untuk menyampaikan program kerja, melainkan untuk mempromosikan citra pribadi kandidat dengan pendekatan yang lembut dan emosional. Hal ini sejalan dengan teori Castells (2010) tentang masyarakat jaringan, di mana kekuatan komunikasi tidak terletak pada konten formal, melainkan pada keterhubungan naratif yang terbentuk melalui jejaring horizontal di antara pengguna. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi digital, memverifikasi keandalan sumber informasi, serta mengawasi aktivitas buzzer demi menjaga kelangsungan proses demokrasi. (Salsabila Nuur Rahim et al, 2024).

Dari pembahasan diatas, buzzer politik berperan penting dalam memperkuat dan memperluas jangkauan pesan politik di media sosial. Dengan menggunakan teknik penyebaran konten yang terstruktur dan beragam seperti narasi yang mudah dipahami, gambar, video, meme, dan teks singkat buzzer mampu menarik perhatian audiens secara cepat dan luas. Media sosial sebagai platform memungkinkan pesan tersebut untuk viral dan tersebar ke berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang sangat aktif di dunia digital (Selitta, 2019).

Penggunaan buzzer oleh Prabowo mencerminkan sebuah pola yang umum dalam politik digital di Indonesia, di mana media sosial menjadi arena penting untuk memperebutkan opini publik. Sehingga pada gaya kampanye Prabowo dan Gibran dalam media sosial ini mempengaruhi minat masyarakat untuk memilih pasangan calon dimana para buzzer mengikuti trend yang ada pada sosial media terutama tiktok. (Azzahra, 2024) Buzzer berperan sebagai garda terdepan dalam menyebarkan pesan politik yang terfokus dan membangun narasi yang menguntungkan bagi mereka. Dengan kemampuan mengelola konten yang viral serta memanfaatkan psikologi massa, buzzer mampu memperkuat dukungan dan menggerakkan basis pemilih secara efektif. Sehingga fenomena buzzer terkait erat dengan teori simulasi dan media. Buzzer menciptakan sebuah ruang realitas buatan yang mengundang khalayak untuk terlibat dalam narasi yang mereka bangun. Setiap postingan yang dibuat dengan sengaja oleh buzzer dirancang secara cermat dan lihai agar sesuai dengan kebutuhan informasi audiens, sehingga mampu mengarahkan persepsi dan interaksi mereka secara efektif (Hastuti, 2022).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa buzzer politik memiliki peran penting dalam membentuk opini publik melalui platform TikTok, terutama dalam kampanye Prabowo Subianto menjelang Pemilu 2024. Dengan menggunakan strategi framing yang menekankan aspek emosional dan visual, buzzer berhasil menciptakan narasi "Prabowo Gemoy" yang memberikan kesan positif, lucu, dan ramah terhadap calon presiden tersebut. Konten yang viral dan dirancang secara personal mampu menembus ruang interaksi digital serta membangun kedekatan emosional antara pemilih muda dan tokoh politik.

Komentar-komentar dari netizen mencerminkan keterlibatan emosional yang tinggi, yang menunjukkan adanya pergeseran dalam pola komunikasi politik dari model rasional-formal ke model afektif-populer. Selain berfungsi untuk membentuk citra positif, strategi ini juga berkontribusi dalam menciptakan dominasi narasi publik yang dapat membungkam kritik, seperti yang dijelaskan dalam teori spiral of silence. Dalam konteks masyarakat jaringan digital, buzzer berperan sebagai pengelola opini melalui jejaring horizontal yang tidak lagi bergantung pada media arus utama. (1) Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, sumber data yang digunakan hanya berasal dari TikTok dalam rentang waktu yang terbatas, sehingga tidak dapat mencerminkan dinamika yang lebih luas atau platform lain seperti Twitter dan Instagram. Kedua, analisis difokuskan hanya pada narasi positif buzzer terhadap pasangan Prabowo-Gibran, tanpa melakukan perbandingan dengan strategi dari lawan politik. Oleh karena itu, disarankan agar riset lanjutan melakukan perbandingan antar pasangan calon, serta memperluas pendekatan dengan analisis sentimen otomatis dan jejaring buzzer secara kuantitatif menggunakan alat digital. (2) Implikasi Praktis untuk Komunikasi Politik dan Kebijakan, penelitian ini memberikan wawasan yang signifikan bagi para praktisi komunikasi politik bahwa pendekatan yang mengandalkan visual, humor, dan emosi memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi public terutama di kalangan generasi Z dan milenial. Namun, strategi semacam ini juga membawa risiko penyederhanaan politik menjadi sekadar hiburan, serta mengurangi kesadaran kritis publik terhadap substansi program kerja. Oleh karena itu, para pengambil kebijakan dan penyelenggara pemilu perlu mendorong peningkatan literasi media dan pendidikan politik digital, agar ruang publik daring tidak hanya didominasi oleh kampanye berbasis gimmick, tetapi juga dapat memfasilitasi dialog politik yang sehat dan partisipatif.

REFERENSI

- Azzahra, R. F., & Anshori, A. (2024). Persepsi mahasiswa FISIP ISI terhadap gaya kampanye politik Prabowo-Gibran 2024. *Jurnal KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, 3(1), 71–84. <https://doi.org/10.30596/keskap.v3i1.19142.g11136>
- Cobis, M. Y., & Rusadi, U. (2023). Analisis teori spiral of silence pada persepsi publik tentang citra polisi oleh media massa. *Journal of Political Issues*, 4(2), 99–107. <https://doi.org/10.33019/jpi.v4i2.92>
- Dewantara, J. A., Syamsuri, S., Wandira, A., Afandi, A., Hartati, O., Cahya, N., Sapitri, P., & Nurgiansah, T. H. (2022). The role of buzzers in social media in guiding public opinion regarding political choices. *Jurnal Etika Demokrasi*, 7(3), 681–694. <https://doi.org/10.26618/jed.v7i3.8103>
- Fitria, L. F. N. J. (2023). Pengaruh strategi buzzer dalam amplifikasi pesan kepada publik pada lingkungan demokrasi politik. *Jurnal Ilmu Politik*, 15(1), 60. <https://talenta.usu.ac.id/politeia>
- Hastuti, H. (2022). Peran buzzer politik dalam pembentukan opini publik mendukung Anies Baswedan di media sosial Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 6(1), 111–122. <https://doi.org/10.24853/pk.6.1.111122>
- Hidayah, N. U., Budiwaspada, A. E., & Mansoor, A. Z. (2024). Agenda setting kampanye Prabowo dalam memperbaiki citra pada Pemilu tahun 2024. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia*, 6(2), 25–37. <https://doi.org/10.33479/cd.v6i02.1000>
- Kompasiana. (2024). *Pengguna TikTok didominasi anak muda usia pemilih*. <https://www.kompasiana.com>
- Luxiana, K. M. (2024, Januari 20). Survei LSI: Prabowo-Gibran 47%, AMIN 23,2%, Ganjar-Mahfud 21,75%. *DetikNews*. <https://news.detik.com>
- Mafulah, N., Zulaikha, & Maella, N. F. S. (2024). Buzzer dan elektabilitas Prabowo Gibran. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 916–926. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5654>
- Maulana, H. F., & Hastuti, H. (2022). Peran buzzer politik dalam pembentukan opini publik mendukung Anies Baswedan di media sosial Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 6(1), 111–122. <https://doi.org/10.24853/pk.6.1.111122>
- Miqdad. (2024). Literature review: Buzzer politik dan pengembangan opini di media sosial di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(2), 691–705. <https://doi.org/10.52423/neores.v5i2.231>
- Mulyadi, F. I. (2023). Strategi personal branding Prabowo Subianto sebagai capres melalui media sosial. *Journal of Global Humanistic Studies*, 1(2), 2–3. <https://philosophiamundi.org/index.php/philosophiamundi/article/view/997>

- Putra, A. (2024). Peran buzzer politik dalam dinamika jelang pemilu tahun 2024. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 10(4), 1145–1160. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v10i4.34076>
- Rahim, S. N., Shabrina, H. N., Salsabila, R., Hanum, S., Zemlya, N. A.-R., & Rahman, A. (2024). Peran buzzer di media sosial dalam membentuk opini kebijakan publik di masyarakat pada pemilu 2024. *PubBis: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, 8(2), 147–158. <https://doi.org/10.35722/jurnalpubbis.v8i2.1051>
- Rinaldi, D., & Arifuddin, M. T. (2024). The role of buzzers on social media in shaping issues during the 2024 West Sumatra regional elections. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 8(2), 87–92. <https://doi.org/10.25077/rk.8.2.87-92.2024>
- Rianto, P. (2018). Media baru dan media lama dalam tantangan–tantangan baru. *Jurnal Komunikasi Ull*, 4(1), 1–20.
- Salsabila, N. R., Putra, A., & Lestari, M. (2024). The role of buzzer in strengthening public perception during political campaigns. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 6(1), 55–65. <https://doi.org/10.32522/jkdi.v6i1.2024>
- Sellita. (2019). Media sosial dan pemilu: Studi kasus pemilihan presiden Indonesia. *Jurnal Lemhannas RI*, 10(3), 1–16. <https://doi.org/10.55960/jlri.v10i3.293>
- Widyaya, I., & Setiawan, W. (2023). Analisis framing model Robert N. Entman dalam representasi publik figur politik: Episode “Dosa-Dosa Anies” di program Kick Andy MetroTV. *SIBATIK Journal*, 3(1), 107–124. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v3i1.1782>
- Wulandari, C. D., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2023). Fenomena buzzer di media sosial jelang Pemilu 2024 dalam perspektif komunikasi politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 143. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v5i2.997>