Jurnal-2-diani-assadiyah-2.docx

by JASA PENGECEKAN PLAGIASI WHATSAPP: 085935293540

Submission date: 30-May-2025 05:54PM (UTC+0300)
Submission ID: 2685730130
File name: Jurnal-2-diani-assadiyah-2.docx (680.85K)
Word count: 3002
Character count: 19936

Komunikasi : Jurnal Komunikasi, Vol. XX, No. X, Maret XXXX, E-ISSN: 2579-3292, Halaman XX -XX

KOMUNIKASI : Jurnal Komunikasi

Penerbit: LPPM Universitas Bina Sarana Informatika

***DOI**: 10.31294/jkom.vXXiX.XXXX* ***Website**: https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/*

Peran Buzzer Politik Prabowo Dalam Pembentukan Opini Publik di Media Sosial

Diani Assadiyah[1], Tina Kartika [2], Abdul Firman Ashaf [3], Purwanto Putra[4], Nanang Trenggono[5]

[1,2,3,4,5] Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Indonesia.

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel

Dikirimkan:
tgl bulan tahun
Direvisi:
tgl bulan tahun
Diterima:
tgl bulan tahun
Diterbitkan:
tgl bulan tahun

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.*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

KOMUNIKASI : Jurnal Komunikasi
Vol. XX, No. X, Bulan XXXX
E-ISSN: 2579-3292

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) 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)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran buzzer media sosial selama periode 2023 hingga 2024. Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi arena utama dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ranah politik. Salah satu platform yang kini sangat berpengaruh dalam pembentukan opini publik adalah TikTok. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, terutama di kalangan generasi muda (Kompasiana, 2024) TikTok menawarkan ruang yang unik dan dinamis untuk komunikasi politik. Fenomena *buzzer* politik yang aktif di platform ini menjadi salah satu strategi penting dalam kampanye politik modern, khususnya dalam konteks Pemilu 2024 di Indonesia. *Buzzer* politik, yang terdiri dari individu atau kelompok yang secara sistematis menyebarkan narasi tertentu, memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi dan opini publik melalui konten yang persuasif dan viral. Fokus penelitian bukan pada keberadaan media sosial sebagai saluran komunikasi yang digunakan oleh para buzzer, melainkan memandang media sosial sebagai salah satu media komunikasi yang dianggap memiliki peran penting dalam membentuk berbagai realitas, khususnya terkait isu-isu politik dan pemerintahan. Hal ini memudahkan identifikasi isu-isu politik dan pemerintahan yang banyak diperbincangkan oleh publik TikTok melalui hashtag dan daftar topik trending (Alamsyah, 2023).

Buzzer adalah pihak yang berperan dalam hubungan masyarakat dan memiliki akun media sosial yang digunakan untuk memposting berbagai jenis promosi hingga kampanye. Mereka menyampaikan pesan melalui kombinasi teks, gambar, tagar, dan konten lainnya. Awalnya, buzzer muncul dalam konteks pemasaran digital dengan tujuan menyebarkan dan memperkuat strategi pemasaran. Cara kerja buzzer adalah dengan menarik perhatian publik sehingga produk atau informasi yang dipromosikan menjadi topik yang menarik untuk diperbincangkan. Strategi utama buzzer adalah membuat sesuatu menjadi viral agar jangkauannya semakin luas (Fitria, 2023)

Seperti pasangan calon presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, merupakan pasangan calon yang sangat memanfaatkan media sosial terutama aplikasi Tiktok, menurut pengamatan peniliti Prabowo dan Gibran secara intensif memanfaatkan jasa buzzer politik di platform TikTok untuk meningkatkan popularitas dan membangun citra positif di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadi pengguna utama media sosial tersebut. Strategi komunikasi yang dijalankan oleh para buzzer ini tidak hanya sebatas menyebarkan informasi, melainkan juga mengemas pesan-pesan politik dengan cara yang menarik, penuh emosi, dan mudah diterima oleh audiens. Contohnya, perubahan citra Prabowo dari sosok yang dikenal tegas dan keras menjadi figur yang lebih hangat dan dekat dengan kaum muda melalui narasi viral seperti fenomena "Prabowo Gemoy" menunjukkan bagaimana kekuatan media sosial dan buzzer dapat secara signifikan mempengaruhi persepsi publik (Charisma Dina Wulandari, 2023)

Fenomena buzzer politik di Media Sosial sangat menarik untuk dikaji karena pengaruhnya yang luas terhadap proses demokrasi dan pembentukan opini publik. Menurut data LSI (Lembaga Survei Indonesia) elektabilitas pasangan Prabowo-Gibran meningkat menjadi 47% pada Pemilu 2024, elektabilitas ini didominasi oleh generasi milenial, dapat kita ketahui elektabilitas pada oktober 2023 pemilih milenial sebesar

36,9% dan pada bulan November meningkat menjadi 41,6%. Salah satu yang mempengaruhi elektibilitas prabowo dan gibran salah satunya adalah julukan "gemoy" untuk Prabowo itu viral (KumpanaranNews, 2023). Selain itu buzzer merupakan salah satu faktor yang meningkatkan elektabilitas paslon Prabowo dan Gibran buzzer politik juga berisiko menimbulkan polarisasi dan konflik sosial melalui penyebaran informasi palsu serta kampanye negatif. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap strategi komunikasi buzzer politik dan dampaknya terhadap opini publik di TikTok menjadi krusial untuk menghadapi dinamika politik digital yang semakin kompleks dan berpengaruh (detiknews, 2024)

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis menyeluruh mengenai peran buzzer politik Prabowo dan Gibran dalam membentuk opini publik melalui platform media sosial TikTok. Dengan fokus pada strategi komunikasi, jenis konten yang digunakan, serta reaksi masyarakat terhadap aktivitas buzzer tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana media sosial, khususnya TikTok, menjadi arena utama dalam persaingan opini politik di Indonesia saat ini. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi 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. (M. Fathun Niam et al, 2024) 24

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui analisis konten mengenai pembentukan pendapat publik oleh Prabowo dan Gibran. Sumber data termasuk artikel, jurnal akademis, buku, publikasi, dan konten TikTok yang membahas strategi komunikasi politik serta reaksi masyarakat terhadap kampanye di media sosial, terutama TikTok. Analisis dilakukan dengan mempelajari bagaimana pendapat publik terbentuk berdasar informasi dari literatur dan media sosial, tanpa melibatkan wawancara langsung. Hasil penelitian ditekankan pada penafsiran data yang ada untuk menjawab pertanyaan penelitian dan membandingkan informasi dari literatur dengan kejadian yang terjadi di lapangan. (Christian Tsuyoshi, 2023)

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).

Peran *Buzzer* dalam Politik Digital

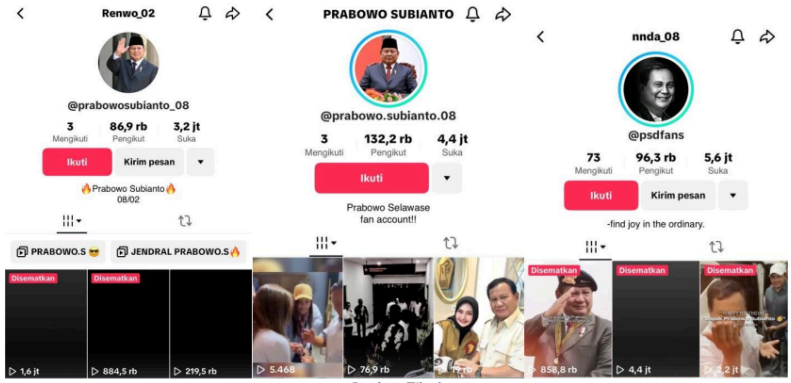
Buzzer memiliki peran penting dalam penyebaran konten yang berkaitan dengan calon presiden dan calon wakil presiden, di mana banyak akun buzzer termasuk dalam daftar akun dengan video yang paling banyak ditonton. Keterlibatan buzzer dalam distribusi konten ini menunjukkan bahwa pasangan calon Prabowo dan Gibran tidak hanya mengandalkan akun pribadi atau pendukung mereka untuk menyebarkan pesan, tetapi juga memanfaatkan narasi yang dibentuk dan disebarkan oleh media.

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 ((Rinaldi et al, 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).

Dampak Pada Opini Publik

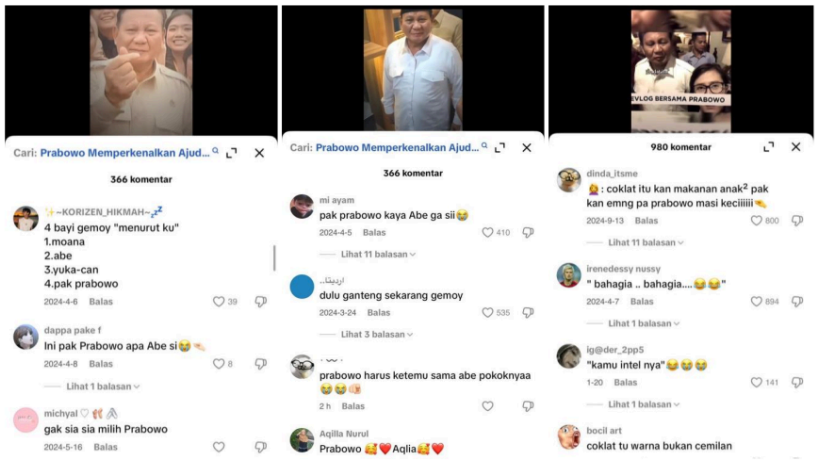
Buzzer politik berperan penting dalam memperkuat dan memperluas jangkauan pesan politik di media sosial. Dengan menggunakan teknik penyebaran konten yang terstruktur dan beragam seperti narasi yang mudah dipahami, gambar, video, meme, dan teks singkat buzzer mampu menarik perhatian audiens secara cepat 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).



Sumber: Tiktok

Gambar 1, 2 & 3: Akun Buzzer Tiktok Media

Pada gambar 1, 2 dan 3 dapat dilihat akun buzzer yang membuat konten postingan terakit dengan Prabowo, ada beberapa konten joget dan kelucuan Prabowo dengan views pada vidio @Prabowosubianto_08 adalah 1,6 jt viewers, pada akun @prabowo.subianto.08 dengan jumlah terbanyak 6,6 jt viewers dan akun @psdfans dengan viewers 4,4 jt.



Sumber: Tiktok
Gambar 4, 5 dan 6 Komentar Netizen pada platfrom Tiktok

Dapat kita lihat pada gambar 4, 5 dan 6 komentar pada akun buzzer di media sosial, yakni TikTok, citra pasangan calon Prabowo dan Gibran mengalami perubahan. Prabowo yang sebelumnya dikenal sebagai sosok gagah dan sangar kini tampil dengan karakter yang "Gemoy" dan seperti bayi, dapat dilihat pada gambar 4, 5 dan 6 bahwa komentar yang diujarkan oleh akun @dappopakef "ini pak prabowo apa Abe si" dengan *emoticon* gemas, dan beberapa komentar lain yang dilontarkan kepada Prabowo sehingga mengubah persepsi publik terhadap calon presiden Prabowo. Dampak dari fenomena ini menguntungkan pasangan Prabowo dan Gibran dalam proses demokrasi, namun juga meningkatkan polarisasi masyarakat, memperburuk ketegangan politik, serta mengaburkan visi pasangan calon presiden dan wakil presiden. Selain itu, buzzer turut memengaruhi opini pemilih. 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).

Penggunaan buzzer oleh Prabowo dan Gibran 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 memegang peranan penting dalam membentuk pandangan publik melalui media sosial, khususnya TikTok, yang kini menjadi platform utama untuk komunikasi politik digital. Dengan menggunakan strategi komunikasi yang persuasif dan konten yang dirancang agar viral, buzzer berhasil mengubah persepsi politik Prabowo dari sosok yang keras menjadi figur yang lebih akrab dan dekat dengan generasi muda, terlihat dari fenomena julukan "Prabowo Gemoy. " Ini secara signifikan meningkatkan tingkat dukungan untuk pasangan Prabowo-Gibran, terutama di kalangan pemilih milenial.

Namun, peran buzzer juga memiliki dampak negatif. Aktivitas mereka bisa memicu polarisasi politik dan gesekan sosial melalui penyebaran informasi yang tidak benar atau kampanye negatif, yang dapat memperburuk ketegangan politik dan mengaburkan visi pasangan calon. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya meningkatkan literasi digital serta pengawasan terhadap kegiatan buzzer untuk menjaga kualitas demokrasi dan menghindari penyebaran hoaks.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana media sosial, dengan buzzer politik sebagai bagian penting, menjadi arena kompetisi pendapat yang kompleks dan dinamis di era digital. Temuan ini tidak hanya memberi kontribusi pada kajian akademis tentang komunikasi politik dan media sosial di Indonesia, tetapi juga menyajikan rekomendasi strategis untuk kampanye politik yang lebih etis dan efektif di masa mendatang, dengan tetap mengutamakan transparansi dan tanggung jawab sosial.

Menyatakan bahwa apa yang diinginkan, sebagaimana dijelaskan dalam bagian "Pendahuluan", pada akhirnya dapat menghasilkan bagian "Hasil dan Pembahasan", sehingga terjadi kesesuaian. Selain itu, juga bisa ditambahkan peluang pengembangan dari hasil penelitian serta kemungkinan penerapan penelitian di masa mendatang.

REFERENSI

Ariandi Putra. (2024) Peran Buzzer Politik dalam Dinamika Jelang Pemilu Tahun 2024, Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i 10(4) 1145. DOI 10.15408/sjsbs.v10i4.34076

Azzahra Rahel Farhanah, Akhyar Anshori. (2024) Persepsi Mahasiswa FISIP ISI Terhadap Gaya Kampanye Politik Prabowo-Gibran 2024, Jurnal KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik, 3(1) 71. DOI PDF: https://doi.org/10.30596/keskap.v3i1.19142.g11136

Lailatul Fitria Nurul Jannah,(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

Hidayah Nurul Ulhaq, Agung Eko Budiwaspada, Alvanov Z. Mansoor. (2024) *Agenda Setting* Kampanye Prabowo dalam Memperbaiki Citra Pada Pemilu Tahun 2024, Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia 06(02) 28. DOI: https://doi.org/10.33479/cd.v6i02.1000

Jagad Aditya Dewantara, Syamsuri, Ayu Wandira, Afandi, Okti Hartati, Nurul Cahya, Putri Sapitri, T Heru Nurgiansah (2022) *The Role of Buzzers in Social Media in Guiding Public Opinion Regarding Political Choices, Journal Of Etika Demokrasi* 7(3) 688.

Kadek Melda Luxiana. 20 Januari 2024. Survei LSI: Prabowo-Gibran 47% Amin 23,2% Ganjar-Mahfud 21,75% diakses pada 11 Mei 2025, dari Survei LSI: Prabowo-Gibran 47%, AMIN 23,2%, Ganjar-Mahfud 21,75%.

KumparanNews. 20 November 2023. Penyebab Elektibilitas Prabowo-Gibran Naik di Tengah Isu Dinasti: Gemoy-Jenaka, diakses pada 11 Mei 2025, dari Penyebab Elektabilitas Prabowo-Gibran Naik di Tengah Isu Dinasti: Gemoy-Jenaka | kumparan.com.

Mafulah Nita, Zulaikha, Nur'annafi Farni Syam Maella (2024), Buzzer Dan Elektibiltas Prabowo Gibran *Management Studies and Enterpreneurship Journal* 5(2) 916. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Maulana Harry Fajar, Hastuti (2022) Peran Buzzer Politik dalam Pembentukan Opini Publik Mendukung Anies Baswedan di Media Sosial Twitter, Jurnal ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis 6(1) 119. 12712-Article Text-37898-1-10-20221117.pdf

Miqdad (2024) Literature Review: *Buzzer* Politik dan Pengembangan Opini di Media Sosial di Indonesia, Jurnal Ilmu Pemerintahan 5(2) 691. DOI: https://doi.org/10.52423/neores.v5i2.231

Mulyadi Febriansyah Imam. (2023) Strategi Personal Branding Prabowo Subianto Sebagai Capres Melalui Media Sosial, *Journal Of Global Humanistic Studies* 1(1) 2-3. Vol. 1 No. 2 (2023): Philosophiamundi October 2023

Rinaldi, Dalmenda, M Thaufan Arifuddin (2024) *The Role Of Buzzers On Social Media In Shaping Issues During The 2024 West Sumatra (West Sumatra) Regional Elections,* Jurnal Ranah Komunikasi 8(2) 87-89. https://doi.org/10.25077/rk.8.2.87-92.2024

Rahim Salsabila Nuur,Heldiani Nur Shabrina, Rey Salsabila, Syarif Hanum, Nabila Ar-Rafa Zemlya, Abdul Rahmana. (2024) *The Role Of Buzzer On Social Media In Shaping Public Policy Opinion During The 2024* Jurnal PubBis 8(2), 149-151. DOI 10.35722/jurnalpubbis.v8i2.1051

Sellita. (2019) Media Sosial dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia *Social Networks an elections: Evidence From The Indonesian Presidental Eelctions, Jurnal Lemhannas RI* 10(3) 15. 293-Article Text-585-3-10-20230912.pdf

Wulandari Charisma Dina, Munadhil Abdul Muqsith, Fitria Ayuningtyas (2023), Fenomena Buzzer di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik, Jurnal Ilmu Komunikasi 11(01) 143. https://www.researchgate.net/publication/371684161

Jurnal-2-diani-assadiyah-2.docx

ORIGINALITY REPORT

19%	15%	7%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	5%
2	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	1%
4	ejournal.yasin-alsys.org Internet Source	1%
5	mkri.id Internet Source	1%
6	jurnal.ustjogja.ac.id Internet Source	1%
7	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	1%
8	absi.maksi.feb.ugm.ac.id Internet Source	<1%
9	neorespublica.uho.ac.id Internet Source	<1%
10	services.phaidra.univie.ac.at Internet Source	<1%
11	kumparan.com Internet Source	<1%
12	jurnal.machung.ac.id Internet Source	<1%

13	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
14	artikelpendidikan.id Internet Source	<1 %
15	journal.csspublishing.com Internet Source	<1 %
16	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
17	Adam Isa. "Retorika Prabowo Subianto dalam Debat Pertama Pemilihan Presiden 2024", Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, 2024 Publication	<1 %
18	Zara Aprilia Sani, Totok Wahyu Abadi, Poppy Febriana, Kenneth Lee Tze Wui. "Electability of Presidential and Vice Presidential Candidates Among Gen Z in the 2024 Presidential Election", Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi, 2024 Publication	<1 %
19	core.ac.uk Internet Source	<1 %
20	dspace.univ-msila.dz Internet Source	<1 %
21	ejournal.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
22	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
23	talenta.usu.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id Internet Source	<1 %

25	Muslimin Ritonga, Anton Saputra Wijaya. "Strategi Humas AHASS Modern Plaju dalam Menyikapi Komplain Rangka Motor Honda yang Patah", J-IKA, 2025 Publication	<1 %
26	journal.syamilahpublishing.com Internet Source	<1 %
27	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
29	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
30	www.docstoc.com Internet Source	<1 %
31	www.kompasiana.com Internet Source	<1 %
32	Ilham Suhantoro, Sufyanto Sufyanto. "Meme sebagai Katalisator Politik di Media Sosial Indonesia", Interaction Communication Studies Journal, 2024 Publication	<1 %

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		