

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, R. (2023). TikTok Content Analysis as a Political Campaign Medium for the 2024 Presidential Candidates. *KOMUNIKA*, 6(2).
- Adnan, M., & Mona, N. (2024). Strategi Komunikasi Politik melalui Media Sosial oleh Calon Presiden Indonesia 2024. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 15(1), 1-20. Alfabeta.
- Amalia, S. D., & Cahyani, E. D. (2022). Clicktivism dan Pengaturan Kampanye Pemilu melalui Media Sosial. *Soedirman Law Review*, 4(4). Antaranews.com. (2024, Februari 5). Survei JRC: Elektabilitas Prabowo-Gibran tembus 52,4 persen. <https://www.antaranews.com/berita/3948447/survei-jrc-elektabilitas-prabowo-gibran-tembus-524-persen>
- Arbie, R. (2013). Twitter is Money. In *Mediakita*.
- Ardipandanto, A. (2020). Strategi Kampanye Dan Kemenangan Ridwan Kamil Arifin, A. (2011). Komunikasi Politik. Graha Ilmu.
- Aulia, W., & Lexianingrum, S. R. P. (2024). Analisis Fenomena Buzzer pada Konten Media Sosial Tiktok Menjelang Pemilu 2024. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(4), 176-187.
- Breen, P. (2015). Personal Branding Through Social Media. *Realizing the Power of Social Media in the 21st Century*, 2763–3656. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9593-1.les4>
- Bungin, Burhan. (2021) Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Camil, Rinaldi, Natasha Hassan Attamimi, Klara Esti, (2017), Di Balik Fenomena Buzzer: Memahami Lanskap Industri dan Pengaruh Buzzer di Indonesia, Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep dan Strategi*, edisi revisi. Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. (2014) Perencanaan & Strategi Komunikasi. Edisi Revisi. Jakarta:
- Daeni, F. I. M., Rachmarani, F. A., & Utama, I. R. (2023). The impact of political buzzers in elections: The challenge to electoral justice in sustaining the democracy principle. *Padjadjaran Law Review*, 11(2), 183. <https://doi.org/10.56895/plr.v11i2.1288> Dalam Pilgub Jabar 2018. *Kajian*, 23(3), 175-198.
- Dewi, N. F., Anggraini, D., Ghifari, T. A., Purwanto, B., Khanafi, Z. D. T., haFirnandyn, A., ... & Setyoningrum, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Tiktok terhadap Polarisasi Politik pada Pemilu Presiden di Indonesia: Studi Kasus pada Mahasiswa UNNES. *Jurnal Majemuk*, 3(4), 644-660.
- Diko, B. (2024). *Analisis Triplet Sentimen Level Aspek Terhadap Media Sosial X (Twitter) Menggunakan Model EMC-GCN Pada Pemilihan Presiden 2024* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Drew, F. H. K., & Azizah, A. (2024). Media Kampanye: Pemanfaatan Siaran Langsung TikTok Pada Pemilu 2024.
- Effendi, E., Dewi, P. K., Nabila, F., & Natasya. (2023). Teori Peluru Ajaib. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 5216–5221.

- Efriza. (2012) Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi
- Fatiya Rumi Humaira. (2024, Juli 20). Media Informasi Yang Paling Sering Diakses Masyarakat.
<https://databoks.katadata.co.id/telecommunications/statistik/30c2c761ae2fac7/ media-informasi-yang-paling-sering-diakses-masyarakat>
- Faulina, A., Chatra, E., & Sarmiati, S. (2020). Peran buzzer dan konstruksi pesan viral dalam proses pembentukan opini publik di new media. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(1), 1.
- Faulina, A., Chatra, E., & Sarmiati, S. (2020). Peran buzzer dan konstruksi pesan viral dalam proses pembentukan opini publik di new media. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(1), 1.
<https://doi.org/10.29210/30031390000>
- Firmansyah, A. (2024). Strategi Kampanye Humas Partai Psi Sebagai Koalisi Pengusung Dalam Pilpres Prabowo Gibran. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 2(1), 327-332.
- Gunawan, T. (2024). Adaptasi Logika Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik Gerindra Menjelang Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 44- 60.
- Herman, A. (2023). Penyebaran Berita Politik dan Partisipasi Politik Masyarakat Kota Palu di Media Sosial. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 12(1), 51- 61.
- Hidayat, R. N. (2020). Penggunaan Buzzer Politik Di Media Sosial Pada Masa Kampanye Pemilihan Umum. *Adalah*, 4(2), 29-38.
- Juditha, C. (2019). Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika #3*, 199–212.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/snki/article/view/2557/1255>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kurniawan, N. P., Qoni'ah Nur Wijayani, S. I., & Ikom, M. (2023). Analisis peran Media Sosial “TikTok” di Era Digital menuju Pesta Politik di Tahun 2024 studi kasus calon Presiden Ganjar Pranowo. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 1(1).
- Kurniawan, R., Muliana, R. Y., Maesaroh, F., Nurcahyo, M. I., & Kusuma, A. J. (2021). Buzzer Media Sosial dan Pembentukan Perspektif Pemilih Millenial dalam Pemilu 2019. *Jurnal Politik Walisongo*, 3(1), 54-72.
- Kusumawardani, V., & Cahyanto, B. (2023). Fenomena Buzzer dan Pilihan Politik Bagi Gen-Z pada Pilpres 2024 dalam Perspektif Agenda Setting. *PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 9(2).
- Lestaluhi, S. (2017). *BAHAN AJAR KOMUNIKASI POLITIK*. Unpatti.
<https://adm.fisip.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/10/BAHAN-AJAR-KOMUNIKASI-POLITIK-dikonversi.pdf>
- Lestari, V. D., Kumalasari, A., & Kasiami, S. (2024). Media Sosial Sebagai Alat Kampanye Pemilu 2024: Perspektif Pengguna Tiktok. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 30-37.
- liputan6.com. (2023, Desember 29). LSI Denny JA: Mayoritas Masyarakat yang Puas dengan Kinerja Jokowi pilih Prabowo-Gibran.

- <https://www.liputan6.com/pemilu/read/5493577/lsi-denny-ja-mayoritas-masyarakat-yang-puas-dengan-kinerja-jokowi-pilih-prabowo-gibran>
- Mairita, D., & Abdullah, A. (2024). Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 10(1), 72-81.
- Maulana, H. F., & Hastuti, H. (2022). PERAN BUZZER POLITIK DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DUKUNG ANIES BASWEDAN DI SOSIAL MEDIA TWITTER. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 6(1), 111. <https://doi.org/10.24853/pk.6.1.111-122>
- Maulana, A., & Kuswayati, S. (2021). Klasifikasi Akun Buzzer Pemilu Pada Media Sosial Twitter Berdasarkan Data Tweet Menggunakan Algoritma C4. 5. *Naratif: Jurnal Nasional Riset, Aplikasi Dan Teknik Informatika*, 3(2), 30-35.
- Maulana, H. F., & Hastuti, H. (2022). Peran Buzzer Politik Dalam Pembentukan Opini Publik Dukung Anies Baswedan Di Sosial Media Twitter. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 6(1), 111-122.
- Mayfield, T. D. (2008). A Commander's Strategy for Social Media. *Joint Force Quarterly (JFQ)*, 79.
- Meifilina, A. (2021). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101- 110.
- Merdeka.com. Fellyanda Suci Agiesta. (2023, November 21). VIDEO: Survei LSI Denny JA: Prabowo Dijuluki Capres 'Gemoy', Elektabilitas Naik Melesat. <https://www.merdeka.com/politik/video-survei-lsi-denny-ja-prabowo-dijuluki-capres-gemoy-elektabilitas-naik-melesat-51409-mvk.html>
- Mudjiyanto, B., Launa, L., & Yanuar, F. (2024). Branding Capres Dan Konstruksi Wacana Politik Pilpres 2024 Di Ruang Media Sosial. *KOMVERSAL*, 6(1), 1-20.
- Muriyani, D. R. (2022). Perbuatan buzzer black campaign di media sosial pada pemilu 2019 (Doctoral dissertation, Wijaya Kusuma Surabaya University).
- Nainggolan, M., Piliang, A., Silalahi, D., Ulandari, R. J., Girsang, S. K. A., & Silitonga, S. M. (2024). Pengaruh buzzer di media sosial terhadap pembentukan opini publik dalam Pilpres 2024. *Journal on Education*, 7(1), 550-559. <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Nasution, A. I., Azaria, D. P., Alfarissa, T., Abidin, F. R. M., & Fauzan, M. (2023). Peningkatan Peran Bawaslu Republik Indonesia Dalam Mengawasi Kampanye Hitam Di Media Sosial Pada Pemilu Serentak 2024. *Jurnal Civic Hukum*, 8(2).
- News.espos.id. (2023, Desember 28). Aktif di Medsos, Strategi Kampanye Prabowo- Gibran Lebih Kreatif. <https://news.espos.id/aktif-di-medsos-strategi-kampanye-prabowo-gibran-lebih-kreatif-1828994>
- Nofianto, E., Fitriyah, F., & Supratiwi, S. (2023). Media Sosial sebagai Sarana Pendidikan Politik oleh Pejabat Publik (Studi pada Akun Media Sosial

- Nur Hidayat Sardini). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 855-864.
- Nurhapipah, A., Steviana, S., & Raharja, R. M. (2024). Strategi Kampanye Di Era Digital: Dengan Memanfaatkan Aplikasi X Dalam Pemilu 2024. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 2(3), 154-163.
- Permadi, D., Suparto, D., & Bisri, A. Z. (2024). Analisis Semiotik Iklan Politik Prabowo Gibran Pada Pilpres 2024. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 10(1), 45-55.
- Pradana, M. D., Argenti, G., & Adiarsa, S. R. (2023). Analisis Framing mengenai Pemberitaan Buzzer Politik di Media Sosial pada Media Online detikcom. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 5736-5747.
- Pramana, B., Husain, N., La Bilu, & Anggraini, D. (2024). Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto Dan Gibran Rakabuming Raka Di Media Sosial Tiktok Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Dalam Kampanye 2024. *JAPMAS : Jurnal Politik Dan Demokrasi*, 2(2), 92-106. <https://doi.org/10.52423/japmas.v2i2.40>
- Rizky, A. T. J., Harris, E. A., & Soekarno, Z. P. (2023, November). Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto Di Media Sosial Menjelang Kontestasi Pemilihan Presiden 2024. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 673-680).
- Schramm, W. (1963). *The Science of Human Communication*, Edited by W. Schramm. Basic Books.
- Silalahi, B. S., & Toni, A. (2022). Polemik Pilkada 2020 Di Media Sosial Twitter. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 3(2), 157-168.
- Soebakir, D. R., Pratama, B. I., & Hair, A. (2020). Pemetaan Meme Politik Pasca Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2019. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 58-66.
- Solihin, F., Awaliyah, S., & Shofa, A. A. (2021). Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 13(1), 52-58.
- Sosiawan, E. A. (2015). Cyber Campaign: Iklan Politik Media On Line Vs Media Konvensional (Refleksi Pemilu Legislatif 2009). In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)* (Vol. 1, No. 6).
- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47-66.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Susanto, R. D. (2021). Media Sosial, Demokrasi, dan Penyampaian Pendapat Politik Milenial Di Era Pasca-Reformasi. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 65- 77.
- Susetyawidianta, R. D., & Gerald, G. (2024). Political branding Prabowo-Gibran dalam pemilu presiden 2024: Analisa interaksionisme simbolik di media sosial Instagram dan Twitter. *Sintesa*, 3(01), 114-139.
- Syatta, I. M., Maziyyah, R., Al Musyaawi, M. I. S., & Bagus, M. (2023). Urgensi Kontrol Buzzer sebagai Langkah Stabilitas Politik Pemilihan

- Umum Tahun 2024. *Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah dan Hukum*, 4(6), 608-626.
- Syauket, Amalia, dkk. (2024). *Komunikasi Politik Pemerintahan*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- The Jakarta Post. (2023). Candidate profile: Gibran Rakabuming Raka. *The Jakarta Post*.
<https://www.thejakartapost.com/indonesia/2023/12/01/candidate-profile-gibranrakabuming-raka.html>
- UNAIRNEWS. (2024). *Ramai Fenomena Buzzer Jelang Pemilu, Ini Kata Pakar Politik UNAIR*. UNAIR. <https://unair.ac.id/ramai-fenomena-buzzer-jelang-pemilu-ini-kata-pakar-politik/>
- Wibowo, A. F. (2024). *Penggunaan Buzzer Sebagai Strategi Marketing Politik Untuk Meningkatkan Elektabilitas Prabowo – Gibran pada Pemilu 2024* [IAIN Kudus]. <https://repository.iainkudus.ac.id/13146/>
- Wikanto, A. (2024, January 11). Profil Prabowo Subianto, Bakal Calon Presiden Pemilu 2023 yang Diusung 4 Partai. *Kontan.Co.Id*. <https://nasional.kontan.co.id/news/profil-prabowo-subianto-bakal-calon-presiden-pemilu2023-yang-diusung-4-partai>
- Winata, E., Puti, K., & Pramesti, H. (2024). Kegiatan Black Campaign di Platform Tiktok Jelang Pemilihan Umum 2024 di Indonesia. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 4(2), 47-54.
- Yulianto, H. (2023). Fenomena Buzzer dan Perang Siber Jelang Pemilu 2024: Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 147-152.
- Yulianto, H. (2023). Fenomena Buzzer dan Perang Siber Jelang Pemilu 2024: Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 147-152.