

**PENGARUH BUZZER POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP ELEKTABILITAS CAPRES – CAWAPRES PADA  
PEMILU 2024**

**(Studi Pada Pemilih Pemula di SMA 1 Purwosari Kabupaten Pasuruan)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Program Studi Pemikiran Politik Islam



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

Oleh:

**Yudha Wing Artha**

07020420017

**PROGRAM STUDI PEMIKIRAN POLITIK ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT**

**UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Yudha Wing Artha

NIM : 07020420017

Program Studi : Pemikiran Politik Islam

Judul : *Buzzer* Politik Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Elektabilitas Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 (Studi Pada Pemilih Pemula di SMA 1 Purwosari Kabupaten Pasuruan)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan atau dipublikasi oleh lembaga pendidikan maupun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar – benar hasil karya ilmiah saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain.
3. Apabila Skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi berdasarkan hukum yang berlaku.

Surabaya, 25 April 2024

Yang Menyatakan,



**Yudha Wing Artha**

07020420017

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Yudha Wing Artha  
NIM : 07020420017  
Program Studi : Pemikiran Politik Islam

Berjudul Pengaruh *Buzzer Politik Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Elektabilitas Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 (Studi Pada Pemilih Pemula di SMA 1 Purwasari Kabupaten Pasuruan)*. Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam program studi Pemikiran Politik Islam.

Surabaya, 25 April 2024

**Dosen Pembimbing,**



Holilah S. Ag. M.Si  
NIP 197610182008012008

## PENGESAHAN

### PENGESAHAN

Skripsi oleh Yudha Wing Artha dengan judul *Buzzer Politik Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Elektabilitas Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 (Studi Pada Pemilih Pemula di SMA 1 Purwosari Kabupaten Pasuruan)* telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 20 Juni 2024.

### TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Holilah, S.Ag., M.Si  
NIP. 197610182008012008

Penguji II



Laili Bariroh, M.Si  
NIP. 197711032009122002

Penguji III



Dr. Andi Suwarko, S.Ag., M.Si  
NIP. 197411102003121004

Penguji IV



M. Anas Fakhruddin, M.Si  
NIP. 198202102009011007

Dekan  
Fakultas Ushuluddin dan Filsafat  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya



Prof. Abdul Kadir Rivadi, Ph.D  
NIP. 197008132005011003

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Yudha Wing Artha  
NIM : 07020420017  
Fakultas/Jurusan : Pemikiran Politik Islam  
E-mail address : yudhawingartha@gmail.com

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

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

PENGARUH *BUZZER* POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
ELEKTABILITAS CAPRES – CAWAPRES PADA PEMILU 2024

(Studi Pada Pemilih Pemula di SMA 1 Purwosari Kabupaten Pasuruan)

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,

Penulis



*Yudha Wing Artha*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi munculnya buzzer politik menjelang pemilu presiden dan wakil presiden pada tahun 2024. Dalam melancarkan aksinya seperti melakukan propaganda yang bersifat manipulatif buzzer politik menggunakan platform media sosial yang pada sebelumnya hanya eksis di twitter hanya sekedar mempromosikan produk, kini mulai memasuki ranah politik. Akan tetapi buzzer politik kebanyakan hanya mendapatkan stigma negatif karena berita – berita yang diinformasikan bersifat hoax. Padahal di sisi yang lain jarang diamati bahwasanya buzzer politik juga mempunyai peranan yang bersifat positif. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa buzzer politik menggunakan media sosial instagram untuk membentuk opini publik mengenai paslon capres dan cawapres pada pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh buzzer politik melalui media sosial instagram terhadap elektabilitas capres – cawapres pada pemilu 2024 pada pemilih pemula di SMA 1 Purwosari Pasuruan. Penelitian ini menggunakan teori buzzer politik dan teori elektabilitas. Menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan sampel berjumlah 81 responden dengan rumus slovin. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, angket dan dokumentasi. Analisis data penelitian menggunakan deskriptif persentase dengan bantuan SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya postingan positif dan negatif buzzer politik di media instagram dapat berpengaruh pada elektabilitas capres dan cawapres di pemilu 2024. Terdapat 38 siswa yang setuju bahkan 5 siswa lainnya sangat setuju memilih capres cawapres akibat postingan positif buzzer politik di instagram, 27 siswa tidak setuju serta 11 siswa lainnya sangat tidak setuju. Kemudian 43 siswa setuju bahkan 3 siswa sangat setuju untuk memilih capres dan cawapres pada pemilu 2024 berdasarkan dukungan buzzer politik di media sosial instagram dan 35 siswa lainnya menjawab tidak setuju. Kemudian dari uji f diperoleh nilai R- Square 0.069 yang berarti pengaruh buzzer politik melalui media sosial instagram terhadap elektabilitas capres dan cawapres pada pemilu 2024 sebesar 6,9%.

**Kata Kunci:** Buzzer Politik, Elektabilitas, Pemilih Pemula, Capres – Cawapres

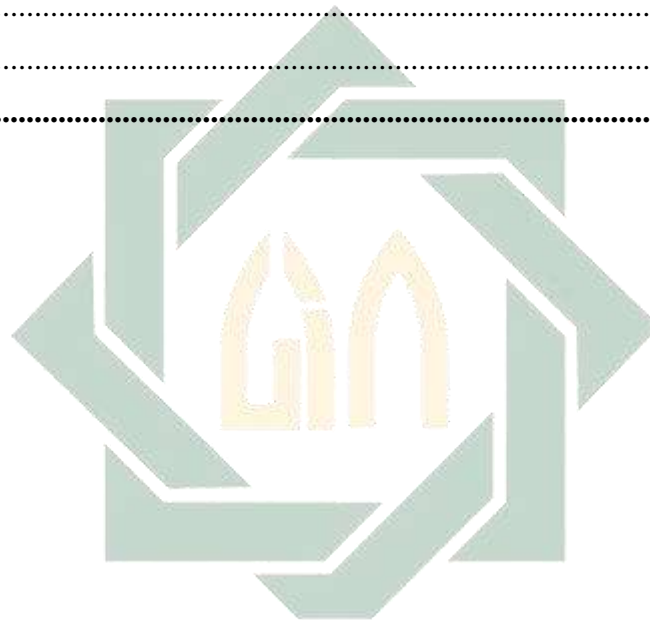
UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>1</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian .....	8
G. Definisi Operasional.....	9
H. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
A. Buzzer Politik .....	14
B. Elektabilitas.....	17
C. Kerangka Berpikir .....	21
D. Hipotesis.....	22
E. Penelitian Terdahulu .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
A. Metode Penelitian.....	27
B. Teknik Pengumpulan Data.....	35
C. Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>



A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	37
B.	Penyajian Data.....	43
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>68</b>
A.	Bentuk Postingan Buzzer Politik Melalui Media Sosial Instagram Mengenai Capres dan Cawapres Pada Pemilihan Umum 2024 .....	68
B.	Tingkat Elektabilitas Capres dan Cawapres Pada Pemilu 2024 Dipengaruhi Oleh Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram .....	76
C.	Seberapa Besar Pengaruh Aktivitas Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram Terhadap Elektabilitas Capres dan Cawapres Pada Pemilu 2024.....	82
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>86</b>
A.	Kesimpulan.....	86
B.	Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>89</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator .....	30
Tabel 4. 1 Persentase Variabel Buzzer Politik “Produksi Konten (X1).....	47
Tabel 4. 2 Persentase Variabel Buzzer Politik “Produksi Konten” (X.2).....	48
Tabel 4. 3 Persentase Variabel Buzzer Politik “Produksi Konten (X.3) .....	48
Tabel 4. 4 Persentase Variabel Buzzer Politik “Jaringan Luas” (X.4) .....	49
Tabel 4. 5 Persentase Variabel Buzzer Politik “Jaringan Luas” (X.5) .....	49
Tabel 4. 6 Persentase Variabel Buzzer Politik “Persuasif” (X6) .....	50
Tabel 4. 7 Persentase Variabel Buzzer Politik “Motif” (X.7).....	50
Tabel 4. 8 Persentase Variabel Buzzer Politik “Motif” (X.8).....	51
Tabel 4. 9 Persentase Variabel Buzzer Politik “Motif” (X.9).....	51
Tabel 4. 10 Persentase Variabel Buzzer Politik “Motif” (X.10).....	52
Tabel 4. 11 Persentase Variabel Elektabilitas “Kesukaan” (Y.1).....	53
Tabel 4. 12 Persentase Variabel Elektabilitas “Kesukaan” (Y.2).....	54
Tabel 4. 13 Persentase Variabel Elektabilitas “Memilih” (Y.3).....	54
Tabel 4. 14 Persentase Variabel Elektabilitas “Memilih” (Y.4).....	55
Tabel 4. 15 Persentase Variabel Elektabilitas “Merekomendasikan” (Y5) .....	55
Tabel 4. 16 Persentase Variabel Elektabilitas “Merekomendasikan” (Y.6) .....	56
Tabel 4. 17 Persentase Variabel Elektabilitas “Membicarakan” (Y.7).....	57
Tabel 4. 18 Persentase Variabel Elektabilitas “Membicarakan” (Y.8).....	57
Tabel 4. 19 Persentase Variabel Elektabilitas “Keyakinan” (Y.9) .....	58
Tabel 4. 20 Persentase Variabel Elektabilitas “Keyakinan” (Y.10) .....	58
Tabel 4. 21 Pedoman Derajat Hubungan .....	67
Tabel 5. 1 Postingan Buzzer Politik Tentang Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 di Media Sosial Instagram Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 5. 2 Postingan Buzzer Politik Tentang Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 di Media Sosial Instagram Berdasarkan Usia .....	69
Tabel 5. 3 Postingan Buzzer Politik Tentang Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 di Media Sosial Instagram Berdasarkan Partai Politik.....	70
Tabel 5. 4 Postingan Buzzer Politik Tentang Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 di Media Sosial Instagram Berdasarkan Ormas .....	71
Tabel 5. 5 Memilih Paslon Capres Dan Cawapres Di Pemilu 2024 Karena Dipengaruhi Oleh Postingan Positif Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram Berdasarkan Ormas.....	71
Tabel 5. 6 Memilih Paslon Capres Dan Cawapres Di Pemilu 2024 Karena Dipengaruhi Oleh Postingan Positif Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 5. 7 Tidak Akan Memilih Kandidat Capres Dan Cawapres Di Pemilu 2024 Karena Dipengaruhi Oleh Postingan Negatif Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram Berdasarkan Usia .....	73
Tabel 5. 8 Tidak Akan Memilih Kandidat Capres Dan Cawapres di Pemilu 2024 Karena Dipengaruhi Oleh Postingan Negatif Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram Berdasarkan Partai Politik.....	73

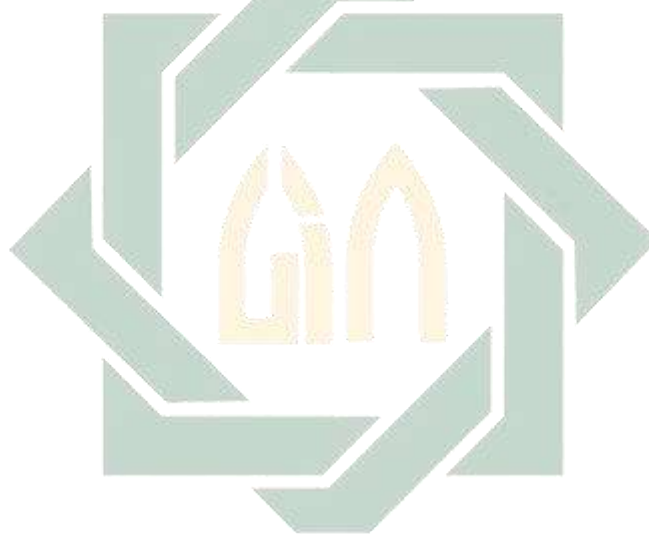
Tabel 5. 9 Memilih Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 Berdasarkan Dukungan Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram Berdasarkan Usia .....	76
Tabel 5. 10 Memilih Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 Berdasarkan Dukungan Buzzer Politik di Media Sosial Instagram Berdasarkan Partai Politik .....	76
Tabel 5. 11 Berencana Memilih Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 Yang diposting Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram Tanpa Paksaan Dan Ajakan Orang Lain Berdasarkan Ormas .....	77
Tabel 5. 12 Meyakini Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 Yang diposting Buzzer Politik Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Pilihan Terbaik Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 5. 13 Mengajak Teman Dekat Untuk Memilih Paslon Capres – Cawapres Pada Pemilu 2024 Yang di Dukung Oleh Buzzer Politik di Media Sosial Instagram Berdasarkan Ormas .	79
Tabel 5. 14 Memilih Paslon Capres dan Cawapres Di Pemilu 2024 Karena Dipengaruhi Oleh Postingan Positif Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram .....	82
Tabel 5. 15 Tidak Akan Memilih Kandidat Capres Dan Cawapres Di Pemilu 2024 Karena Dipengaruhi Oleh Postingan Negatif Buzzer Politik Di Media Sosial Instagram. ....	83
Tabel 5. 16 Berencana memilih paslon capres – cawapres pada pemilu 2024 yang diposting buzzer politik di media sosial instagram tanpa paksaan dan ajakan orang lain.....	84



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet berdasarkan Usia .....	1
Gambar 1. 2 Hasil Survei Platform Media Sosial Favorite .....	3
Gambar 4. 1 Peta Kabupaten Pasuruan .....	37
Gambar 4. 2 Tabel Tingkatan Pendidikan Masyarakat Kabupaten Pasuruan Tahun 2022 .....	39
Gambar 4. 3 Tabel Data Guru dan Peserta Didik Berstatus Aktif .....	42
Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Responden (Usia) .....	43
Gambar 4. 5 Diagram Karakteristik Responden (Jenis Kelamin).....	44
Gambar 4. 6 Diagram Karakteristik Responden (Agama).....	44
Gambar 4. 7 Diagram Karakteristik Responden (Etnis) .....	45
Gambar 4. 8 Diagram Karakteristik Responden (Etnis) .....	45
Gambar 4. 9 Diagram Karakteristik Responden (Ormas).....	46
Gambar 4. 10 Karakteristik Responden (Partai Politik) .....	46



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- “15 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram.” Diakses 13 Desember 2023.  
<https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram>.
- Abbiyyu, Mohammad Darry, dan Diah Asri Nindyaswari. “Penggunaan Buzzer dalam Hegemoni Pemerintahan Joko Widodo.” *Langgas: Jurnal Studi Pembangunan* 1, No. 2 (30 September 2022): 70–81. <https://doi.org/10.32734/ljsp.v1i2.9136>.
- Ain, Afifah Qurotul, Khaidar Mirza, Muhammad Fajar Caniago, dan Muhamad Heru Faturohman. “Fenomena Buzzer Dalam Kontroversi Omnibus Law Di Media Sosial.” *ijd-demos* 3, No. 3 (31 Desember 2021). <https://doi.org/10.37950/ijd.v3i3.97>.
- Akmaliah, Wahyudi. “Bukan Sekedar Penggaung (Buzzers): Media Sosial dan Transformasi Arena Politik.” *MAARIF* 13, No. 1 (20 Juni 2018): 9–25. <https://doi.org/10.47651/mrf.v13i1.9>.
- Arbie, Rivani. *Twitter is Money*. Jakarta: Mediakita, 2013.
- Arianto, Bambang. “Kontestasi Buzzer Politik dalam Mengawal APBD DKI Jakarta.” *Jurnal Polinter : Kajian Politik Dan Hubungan Internasional* 5, No. 1 (20 Agustus 2019): 54–74. <https://doi.org/10.52447/polinter.v5i1.2342>.
- Amalia, Rezha Nur, Ragil Setia Dianingati, dan Eva Annisaa’. “Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi.” *Generics: Journal of Research in Pharmacy* 2, No. 1 (18 Mei 2022): 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>.
- Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- “Data Pokok Sman 1 Purwosari - Pauddikdasmen.” Diakses 14 Maret 2024. <https://dapo.kemdikbud.go.id/sekolah/92E68BAA9A60C1CFC1BD>. Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivar uan*.

- Faulina, Ade, Emeraldy Chatra, dan Sarmiati Sarmiati. "Peran buzzer dan konstruksi pesan viral dalam proses pembentukan opini publik di new media." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 7, No. 1 (20 Januari 2020): 1. <https://doi.org/10.29210/30031390000>.
- Felicia, Felicia, dan Riris Loisa. "Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter." *Koneksi* 2, No. 2 (9 Mei 2019): 352. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3906>.
- Firdausi, Indrianti. "Gaduh Buzzer Politik Di Era Jokowi." *Komunika* 8, No. 1 (25 Juli 2021): 19–24. <https://doi.org/10.22236/komunika.v8i1.6979>.
- Faradiba. "Penggunaan Aplikasi Spss Untuk Analisis Statistika," 2020 Ed., 69. Jakarta: Universitas Kristen Indonesia, T.T.
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. 8 ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Juditha, Christiany. "Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections," t.t.
- pasuruankab.go.id, Team Programmer-. "Gambaran Umum Kabupaten Pasuruan | pasuruankab.go.id." pasuruankab. Diakses 14 Maret 2024. <https://www.pasuruankab.go.id/halaman/gambaran-umum-kabupaten-pasuruan>.
- Hasan, Ali. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2010.
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. 8 ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Jati, Wasisto Raharjo. "Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 20, No. 2 (5 Mei 2017): 147. <https://doi.org/10.22146/jsp.24795>.

Juditha, Christiany. "Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections," t.t.

Juditha, Christiany, Dan Josep J. Darmawan. "Use Of Digital Media And Political Participation Milenial Generation." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 22, No. 2 (17 Desember 2018). <https://doi.org/10.33299/jpkop.22.2.1628>.

Kompasiana.Com. "Maraknya Buzzer Menjelang Pemilu 2024: Dampak Dan Tantangan Dalam Proses Demokrasi." *Kompasiana*, 1 Juli 2023. <https://www.kompasiana.com/charismadina/649fe2b94addee7bed11e4e2/maraknya-buzzer-menjelang-pemilu-2024-dampak-dan-tantangan-dalam-proses-demokrasi>.

Kurniawan, Riko, Rizqi Yusuf Muliana, Fitri Maesaroh, M Irvan Nurcahyo, dan Andreas Jati Kusuma. "Buzzer Media Sosial dan Pembentukan Perspektif Pemilih Millenial dalam Pemilu 2019." *JPW (Jurnal Politik Walisongo)* 3, No. 1 (30 April 2021): 54–72. <https://doi.org/10.21580/jpw.v3i1.9059>.

"Media Sosial Bikin Mental Gen Z Jadi Lemah? Hasil Survey Ini Jadi Buktinya!" Diakses 13 Desember 2023. <https://id.linkedin.com/pulse/media-sosial-bikin-mental-gen-z-jadi-lemah-hasil-survey-rahmantio>.

Meliala, Yos Horta, Dan Taufik Nurdiansyah. "Pengaruh Media Sosial Instagram Joko Widodo Terhadap Elektabilitas Joko Widodo Pada Pilpres 2019" 2, No. 2 (2019).

"Pengguna Internet Indonesia Paling Banyak Usia Berapa? | Indonesia Baik." Diakses 13 Desember 2023. <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-indonesia-paling-banyak-usia-berapa>.

Purnama dan Hadi. *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate And Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, 2010.



pasuruankab.go.id, Team Programmer-. “Gambaran Umum Kabupaten Pasuruan | pasuruankab.go.id.” pasuruankab. Diakses 14 Maret 2024.  
<https://www.pasuruankab.go.id/halaman/gambaran-umum-kabupaten-pasuruan>.

Ramadhan. “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Memilih Kandidat Calon Presiden Di Pulau Sumatera.” Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2018.

Rosen, Emanuel. Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut (The Anatomy of Buzz). Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo, 2010.

Times, I. D. N., dan Herlambang Jati Kusumo. “CfDS UGM: Pemilu 2024 Masih Terancam Praktik Buzzer Politik.” IDN Times Jogja. Diakses 13 Desember 2023.  
<https://jogja.idntimes.com/news/indonesia/herlambang-jati-kusumo/pemilu-2024-masih-terancam-praktik-buzzer-politik>.

Tommy Mandala Putra. “Pengaruh Isu Lokal Terhadap Elektabilitas Calon Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Margomulyo Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro Tahun 2019.” Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.

Wulandari, Charisma Dina. “Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik.” *Avant Garde* 11, no. 1 (16 Juni 2023): 134.  
<https://doi.org/10.36080/ag.v11i1.2380>.

Yuliahsari, Dwi. “Pemanfaatan Twitter Buzzer Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda dalam Pemilihan Umum.” *Jurnal The Messenger* 7, no. 1 (24 Maret 2016): 41.  
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v7i1.288>.