

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Afrizal, MA, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Alwasilah, A. C. (2015). *Pokoknya Studi Kasus–Pendekatan Kualitatif*. Kiblat Buku Utama.
- Berger, J. (2014). *Contagious – Rahasia di Balik Produk dan Gagasan yang Populer* (3rd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.  
<https://jonahberger.com/books/contagious/>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Pustaka Pelajar.  
[https://doi.org/10.1016/S0953-7562\(10\)80014-0](https://doi.org/10.1016/S0953-7562(10)80014-0)
- Effendy, MA, P. O. U. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Hasan, Iding R, D. (2016). *Etika Survei Opini Publik*. Churia Press.
- Junaedi, F. (2019). *Etika Komunikasi di Era Siber Teori dan Praktik*. Rajawali Pers.
- Littlejohn, S. W., & A. Foss, K. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE.
- Nasrullah, M.Si, D. R. (2017). *Media Sosial - Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (Ed.); Ke-3). Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2002). *Komunikasi Propaganda*. PT. Rosdakarya.
- Panuju, D. R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Kencana.
- Piliang, Y. A. (2004a). *Dunia yang Belari Mencari Tuhan-Tuhan Digital* (S. Darwin (Ed.)). Grasindo.
- Piliang, Y. A. (2004b). *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Postmetafisika*.
- Romli, M.si, P. D. K. (2016). *Komunikasi Massa*. Grasindo.
- Sujarweni, Y. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. PT Pustaka Baru.
- Yin, P. D. R. K. (2015). *Studi Kasus Desain & Metode* (1st ed.). Rajawali Pers.

## Jurnal dan Website

- Aalberg, T., Blekesaune, A., & Elvestad, E. (2013). Media Choice and Informed Democracy : Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe ? *SAGE*, 281–303. <https://doi.org/10.1177/1940161213485990>
- Afrilia, A. M. (2017). Penggunaan New Media Di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media Parenting Masa Kini. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(1), 31–42.
- Alhaddar, S. Z., Pamungkas, I. N. A., & Ss, M. S. (2017). Analisis Tiga Dimensi Brand Image Indosat Ooredoo Media Sosial Twitter @IM3 Ooredoo. 4(3), 3016–3023.
- Anugerah, B. (2020). Urgensi Pengelolaan Pendengung (Buzzer) Melalui Kebijakan Publik Guna Mendukung Stabilitas Politik di Indonesia. *Jurnal Kasian Lemhannas RI*, 8(3), 391–407. <http://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/195>
- Astuti, Y. D. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial hingga Hiper-Realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace. *Profetik*, 8(2), 15–26.
- Azwar, M. (2014). Teori Simulacrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Kearsipan Khizanah Al -Hikmah*, 2(1), 38–48.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. *University of Oxford*, 25. <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>
- Budiman, A. (2017). Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik. *Majalah Info Singkat*, IX(01), 18–19
- Aalberg, T., Blekesaune, A., & Elvestad, E. (2013). Media Choice and Informed Democracy : Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe ? *SAGE*, 281–303. <https://doi.org/10.1177/1940161213485990>
- Afrilia, A. M. (2017). Penggunaan New Media Di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media Parenting Masa Kini. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(1), 31–42.
- Afrizal, MA, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Alhaddar, S. Z., Pamungkas, I. N. A., & Ss, M. S. (2017). Analisis Tiga Dimensi Brand Image Indosat Ooredoo Media Sosial Twitter @IM3 Ooredoo. 4(3), 3016–3023.
- Alwasilah, A. C. (2015). *Pokoknya Studi Kasus–Pendekatan Kualitatif*. Kiblat Buku Utama.

- Anugerah, B. (2020). Urgensi Pengelolaan Pendengung (Buzzer) Melalui Kebijakan Publik Guna Mendukung Stabilitas Politik di Indonesia. *Jurnal Kasian Lemhannas RI*, 8(3), 391–407.  
<http://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/195>
- Astuti, Y. D. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial hingga Hiper-Realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace. *Profetik*, 8(2), 15–26.
- Azwar, M. (2014). Teori Simulacrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Kearsipan Khizanah Al -Hikmah*, 2(1), 38–48.
- bbc.com. (2019a). *Demo Mahasiswa: Lini Masa “Perang Tagar” Antara Demonstran dan Propemerintah di Twitter*. Wwww.  
<https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-49880667>
- bbc.com. (2019b). *Demonstrasi Mahasiswa: DPR Tunda Pengesahan RKUHP, Pemerintah Pertahankan Revisi UU KPK*. Wwww.Bbc.Com.  
<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-49806083>
- Berger, J. (2014). *Contagious – Rahasia di Balik Produk dan Gagasan yang Populer* (3rd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.  
<https://jonahberger.com/books/contagious/>
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. *University of Oxford*, 25. <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>
- Bramasta, D. B. (2019). *Mengenal Buzzer Influencer Dampak dan Fenomenanya di Indonesia*.  
<https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/05/063100765/mengenal-buzzer-influencer-dampak-dan-fenomenanya-di-indonesia?page=all>
- Budiman, A. (2017). Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik. *Majalah Info Singkat*, IX(01), 18–19.
- Cangara, M.Sc., P. D. H. H. (2020). *Webinar Series 2 “Komunikasi dalam Lintas Disiplin dan Lintas Sektoral.”*
- Chandra, E., & Wahid, U. (2013). Budaya Populer dan Simulacra Kawula Muda Jakarta dalam Penggunaan Situs Video YouTube (Kasus Unggah Gamaliel-Audrey dan Sinta-Jojo). *Sosiohumaniora*, 15(2), 130–138.
- CNN Indonesia Connected. (2020). *Saat Buzzer Jadi Sorotan*. Youtube Channel CNN Indonesia.
- cnnindonesia.com. (2020). *Tolak Omnibus Law, Buruh Demo Maraton 14-16 Agustus 2020*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200805175938-20-532578/tolak-omnibus-law-buruh-demo-maraton-14-16-agustus-2020>



- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Pustaka Pelajar.  
[https://doi.org/10.1016/S0953-7562\(10\)80014-0](https://doi.org/10.1016/S0953-7562(10)80014-0)
- Diamastuti, E. (2006). Paradigma Ilmu Pengetahuan Sebuah Telaah Kritis. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 61–74.
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12.  
<https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>
- Effendy, MA, P. O. U. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Felicia, F., & Loisa, R. (2018). Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter. *Koneksi*, 2(2), 352.  
<https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3906>
- Gora, R., & Budiana, A. (n.d.). Political Branding Partai Gerindra dalam Era New Media 2.0 ( Studi Kasus Political Branding Partai Politik Gerindra Melalui Web Media Digital Online ). *Jurnal FISIP USNI*, 0.
- Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Hasan, Iding R, D. (2016). *Etika Survei Opini Publik*. Churia Press.
- Hipwee. (2020). Youtube Channel Hipwee.  
[https://www.youtube.com/watch?v=319B1-r25wY&ab\\_channel=Hipwee](https://www.youtube.com/watch?v=319B1-r25wY&ab_channel=Hipwee)
- Idhom, A. M. (2019). *Isi RUU KUHP dan Pasal Kontroversial Penyebab Demo Mahasiswa Meluas*. Wwww.Tirto.Id. <https://tirto.id/isi-ruu-kuhp-dan-pasal-kontroversial-penyebab-demo-mahasiswa-meluas-eiFu>
- Iskandar. (2019). *Daftar Akun Twitter dan Tagar Paling Populer di Pemilu 2019*. Wwww.Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3950944/daftar-akun-twitter-dan-tagar-paling-populer-di-pemilu-2019>
- its.ac.id. (2020). *Cara Manfaatkan Algoritma Media Sosial bagi Pemasar Digital*. Wwww.Its.Ac.Id. <https://www.its.ac.id/news/2020/03/08/cara-manfaatkan-algoritma-media-sosial-bagi-pemasar-digital/>
- Jasmi, K. (2020). Webinar Series I. In *Tantangan dan Peluang Media di Era Multi Krisis*.
- Jati, W. R. (2016). Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu*

*Politik*, 20(2), 147. <https://doi.org/10.22146/jsp.24795>

- Josina. (2020). *Jumlah Pengguna Twitter Naik, Tapi Pendapatannya Turun*. Www.Detik.Com. <https://inet.detik.com/business/d-5106784/jumlah-pengguna-twitter-naik-tapi-pendapatannya-turun>
- Julaika, H. (2020). *Pemerintah Habiskan Rp90,45 Miliar untuk Bayar Buzzer*. Www.Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/338091/pemerintah-habiskan-rp9045-miliar-untuk-bayar-buzzer>
- Junaedi, F. (2019). *Etika Komunikasi di Era Siber Teori dan Praktik*. Rajawali Pers.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2016). Strengthening the Core : Examining Interactivity , Credibility , and Reliance as Measures of Social Media Use. *SAGE*, 1–21. <https://doi.org/10.1177/1931243116672262>
- Kemenkeu. (2019). *Ini Peruntukan Anggaran Pemilu 2019*. Www.Kemenkeu.Go.Id. [https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-peruntukan-anggaran-pemilu-2019/#:~:text=Dengan persiapan sejak tahun 2017,\) mencapai Rp9%2C33 triliun](https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-peruntukan-anggaran-pemilu-2019/#:~:text=Dengan%20persiapan%20sejak%20tahun%202017,%20mencapai%20Rp9%2C33%20triliun)
- Khusna, I. H. (2016). Opini Publik Cerminan dari Pemerintah dan Kebijakannya. *Promedia*, II(1), 120–136.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- kompas.com. (2020a). *Demo Buruh Tolak RUU Cipta Kerja*. <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/10/06/07570611/populer-jabodetabek-demo-buruh-tolak-ruu-cipta-kerja-wafatnya-pemilik?page=all>
- kompas.com. (2020b). *Disahkan, Ini Sejumlah Poin Omnibus Law UU Cipta Kerja yang Menuai Sorotan*. Www.Kompas.Com.
- Kompas TV. (2019). Youtube Channel Kompas TV. [https://www.youtube.com/watch?v=iVSej1OQ1pw&ab\\_channel=KOMPAS-TV](https://www.youtube.com/watch?v=iVSej1OQ1pw&ab_channel=KOMPAS-TV)
- koran.tempo.co. (2020). *Anggaran Jumbo Buat Bayar Influencer dan Buzzer*. Www.Koran.Tempo.Co. <https://koran.tempo.co/read/nasional/457001/anggaran-jumbo-buat-bayar-influencer-dan-buzzer>
- Kurniawan, F. (2018). *Perang Tagar Menjelang Pilpres 2019 Sudah Dimulai*. Tirto.Id. <https://tirto.id/perang-tagar-menjelang-pilpres-2019-sudah-dimulai-cPUW>
- Kurniawan, S. (2019). *Ini 11 Topik Paling Banyak Dibicarakan Netizen Sepanjang 2019*. Www.Nasional.Kontan.Co.Id.

<https://nasional.kontan.co.id/news/ini-11-topik-paling-banyak-dibicarakan-netizen-sepanjang-2019?page=2>

- Lantaeda, S. B., Lengkong, F. D. J., & Ruru, J. M. (2017). Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dalam Penyusunan RPJMD Kota Tomohon. *Jurnal Administrasi Publik*, 04(048), 3.
- Littlejohn, S. W., & A. Foss, K. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE.
- Lokadata. (2019). *Lokadata*.
- Malau, R. M. U. (2011). Khalayak Media Baru. *The Messenger*, II, 51–56.
- Mantalean, V. (2020). *Hari Ini Ribuan Mahasiswa Kembali Demo Tolak UU Cipta Kerja, Desak Jokowi Terbitkan Perppu*. Www.Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/10/20/05365851/hari-ini-ribuan-mahasiswa-kembali-demo-tolak-uu-cipta-kerja-desak-jokowi?page=all>
- Mustika, R. (2019). Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(2), 144–151. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.60>
- Nailufar, N. N. (2019). *Nailufar\_Buka-bukaan soal buzzer*. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/09/060029265/buka-bukaan-soal-buzzer-1-pengakuan-denny-siregar-dan-pepih-nugraha-soal>
- Nasrullah, M.Si, D. R. (2017). *Media Sosial - Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (Ed.); Ke-3). Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2002). *Komunikasi Propaganda*. PT. Rosdakarya.
- Panuju, D. R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Kencana.
- Pertiwi, W. K. (2018). *Twitter Versi Ringan untuk Android Sudah Bisa Diunduh di Indonesia*. Www.Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2018/08/14/18070077/twitter-versi-ringan-untuk-android-sudah-bisa-diunduh-di-indonesia>
- Pertiwi, W. K. (2020). *Jumlah Pengguna Facebook Tembus 2,7 Miliar*. Www.Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/08/03/12200097/jumlah-pengguna-facebook-tembus-2-7-miliar?page=all>
- Piliang, Y. A. (2004a). *Dunia yang Belari Mencari Tuhan-Tuhan Digital* (S. Darwin (Ed.)). Grasindo.
- Piliang, Y. A. (2004b). *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Postmetafisika*.
- Pratama, K. R. (2020). *Ini 10 Tagar Terpopuler di Twitter Indonesia Selama 2020*. Www.Kompas.Com.



<https://tekno.kompas.com/read/2020/12/09/19050037/ini-10-tagar-terpopuler-di-twitter-indonesia-selama-2020?page=all>

- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). *Pemanfaatan “Twitter TMCPoldaMetro” dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengguna Jalan Raya*. 4(1), 21–28.
- Putri, V. M. (2018). *Siap-siap, Halaman Profil Instagram Bakal Dipermak*. Www.Detik.Com. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4317126/siap-siap-halaman-profil-instagram-bakal-dipermak>
- Ri'aeni, I. (2015). Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia. *Komunikasi*, 9(April), 187–197.
- Romli, M. si, P. D. K. (2016). *Komunikasi Massa*. Grasindo.
- Rubawati, E. (2018). *Media Baru : Tantangan dan Peluang Dakwah*. 2(March), 126–142. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.510>
- Safitri, B. E., Yuanshandika, M. F., & Damayanti, R. (2019). *Peranan Buzzer Politik Membentuk Opini Masyarakat Melalui Tagar #Pemilu2019 di Media Sosial*.
- Sari, H. P. (2020). *Tolak RUU Cipta Kerja, Buruh Gelar Demonstrasi di DPR 14 Agustus*. Www.Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2020/08/06/12042351/tolak-ruu-cipta-kerja-buruh-gelar-demonstrasi-di-dpr-14-agustus>
- Sri Rahayu, L. (2020). *Isu Terbesar di Media Selama 2020: COVID-19, Pilkada hingga Narkoba*. Www.Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-5315718/isu-terbesar-di-media-selama-2020-covid-19-pilkada-hingga-narkoba>
- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer Di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47–66. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.7250>.
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby). *Jurnal Komunikasi*, 3(September), 2579–329.
- Sylviana, V. (2013). Efek Media Baru terhadap Opini Publik dalam Demokrasi (Succesing Candidate in Electoral Campaign). *Jurnal Channel*, 1(1), 31–38.
- Syuderajat, F., & Kenanga, P. (2017). *Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT GMF Aeroasia*. 9(September), 81–97.
- Tapsell, R. (2019). *Pemilu 2019: Polarisasi Medsos atau Ideologis?* <https://tirto.id/pemilu-2019-polarisasi-medsos-atau-ideologis-dkUq>
- tempo.co. (2019). *Pasukan Siber Indonesia Gunakan Media Sosial untuk Disinformasi*. Www.Tempo.Co.

<https://dunia.tempo.co/read/1254996/pasukan-siber-indonesia-gunakan-media-sosial-untuk-disinformasi/full&view=ok>

- Triatna, A. T. (2013). *Peranan Ekstrakurikuler dalam Meningkatkan Nasionalisme Siswa (Studi Deskriptif Analisis terhadap Ekstrakurikuler Paskibra SMP Pasundan 1 Banjaran Kabupaten Bandung Universitas Pendidikan Indonesia)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Triputra, P. (2017). Internet dan Budaya Partisipatori. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. <https://doi.org/https://doi.org/10.7454/jki.v4i1.8881>
- Umah, A. (2019). *Bukan #Covid 19, Ini Hashtag Paling Ramai di Twitter 2020*. [Www.Cnbcindonesia.Com](http://www.cnbcindonesia.com); CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20201212173746-37-208653/bukan-covid19-ini-hashtag-paling-ramai-di-twitter-2020>
- Valenzuela, S., Bachmann, I., & Aguilar, M. (2016). Socialized for News Media Use : How Family Communication , Information- Processing Needs , and Gratifications Determine Adolescents ' Exposure to News. *SAGE*, 1–24. <https://doi.org/10.1177/0093650215623833>
- Yin, P. D. R. K. (2015). *Studi Kasus Desain & Metode* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Yoedhanegara, P. (2020). *Anies Digonggong Buzzer Untuk Tutupi Bobrok Istana*. <https://doi.org/http://www.rmoljakarta.com/read/2020/01/07/60877/Anies-Digonggong-Buzzer-Untuk-Tutupi-Bobrok-Istana>
- Yuliahsaridwi, D. (2015). *Pemanfaatan Twitter Buzzer Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda Dalam Pemilihan Umum*. VII, 41–48.
- Yulianita, N. (2003). *Potensi Opini Publik Terhadap Eksistensi Ormas & Partai Islam*. XIX(1), 106–117.

