

**PERAN *BUZZER* POLITIK GANJAR - MAHFUD DALAM  
PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DIMEDIA SOSIAL X  
SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Anjas Wijanarko  
20.96.2059

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**PERAN *BUZZER* POLITIK GANJAR - MAHFUD DALAM  
PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DIMEDIA SOSIAL X  
SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Anjas Wijanarko  
20.96.2059

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

*Peran Buzzer Politik Ganjar - Mahfud Dalam Pembentukan Opini Publik di  
Media Sosial X*  
yang diperuntukkan dan disusun oleh

Anjas Wijatno  
20.96.2039

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 04 Maret 2024

Dosen Pembimbing



Novita Ika Permawati, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302521

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Peran *Bozzer* Politik Ganjar - Mahfud Dalam Pembentukan Opini Publik di  
Media Sosial X

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Angga Wijanarka  
20.06.2900

telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji  
pada 04 Maret 2024

Nama Penguji

Riski Darmasari, M.A  
NIK. 190302475

Wendy Daryanti, M.L.Kom  
NIK. 190302477

Necana Ika Purwasasari, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302521

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
04 Maret 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Ertha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom,  
NIK. 190302125

#### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan/atau dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu instansi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 23 Februari 2024

  
10.000  
SERI  
R  
REPUBLIC OF INDONESIA  
Dipinjam dari  
NIM. 20.90.2009

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri. Anjas Wijanarko. Terima kasih telah berjuang dan berusaha selama ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering merasa putus asa atas apa yang belum berhasil, namun terima karena memutuskan tidak menyerah.

Halaman persembahan ini juga ditujukan sebagai ungkapan terimakasih kepada keluarga saya yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh selama perjuangan menempuh pendidikan.

Terimakasih juga kepada Taylor Swift yang telah menemani dengan lagu-lagunya selama menempuh pendidikan dan memotivati saya dalam penyelesaian skripsi ini.

Terimakasih banyak juga kepada teman-teman seperjuangan yang telah mendukung dan meyemangati dalam perjuangan ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Peran Buzzer Politik Ganjar - Mahfud Dalam Pembentukan Opini Publik di Media Sosial X**" ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Kedua orang tua dan adik yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Novita Ika Purnamasari, M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi.
3. Devi Wening Astari, M.I.Kom selaku Dosen matakuliah metode penelitian kualitatif yang turut ikut memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 06 yang tidak pernah bosan untuk selalu bersama-sama serta selalu memberikan semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terimakasih atas do'a serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Yogyakarta, 25 Februari 2024

Penulis



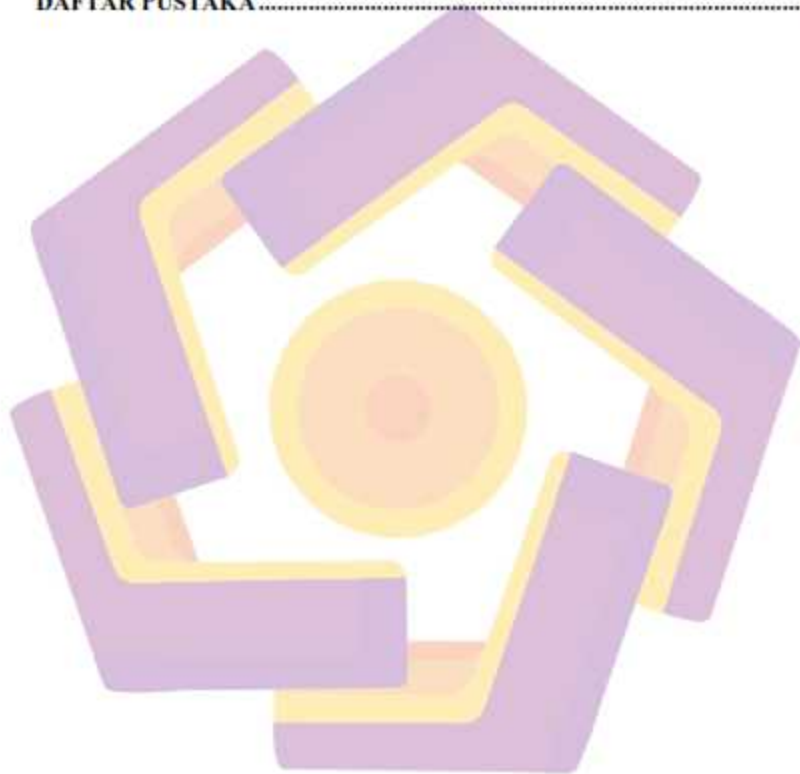
Anjas Wijnarko



## DAFTAR ISI

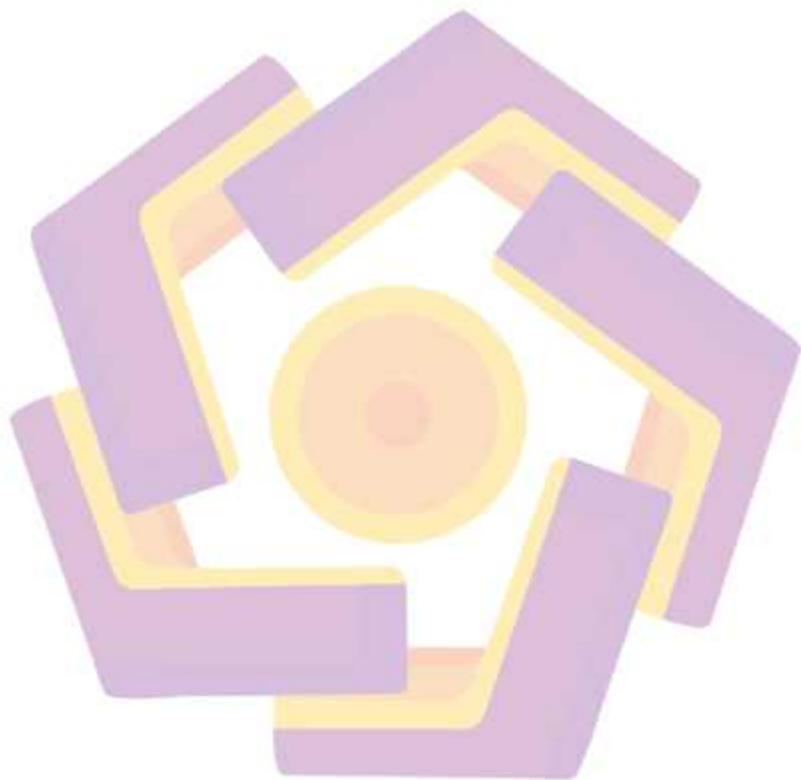
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
Latar Belakang Masalah .....	1
Rumusan Masalah .....	11
Tujuan .....	11
Manfaat Penelitian .....	11
Manfaat Teoritis .....	11
Manfaat Praktis .....	12
Batasan Masalah .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
Landasan Teoritis .....	13
<i>Image Restoration</i> .....	13
Opini Publik .....	14
Komunikasi Politik .....	16
Buzzer .....	17
Penelitian Terdahulu .....	18
Kerangka Berfikir .....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	21
Pendekatan .....	21
Jenis Penelitian .....	21
Subjek dan Objek Penelitian .....	22
Subjek Penelitian .....	22
Objek Penelitian .....	23
Sumber Data .....	23
Sumber Data Primer .....	23
Sumber Data Sekunder .....	23

Teknik Pengumpulan Data.....	23
Wawancara .....	25
Pengamatan/Observasi .....	25
Dokumentasi .....	25
Teknik Analisis Data .....	26
Keabsahan Data.....	26
Rencana Jadwal Penelitian.....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>39</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>41</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
-------------------------------------	----

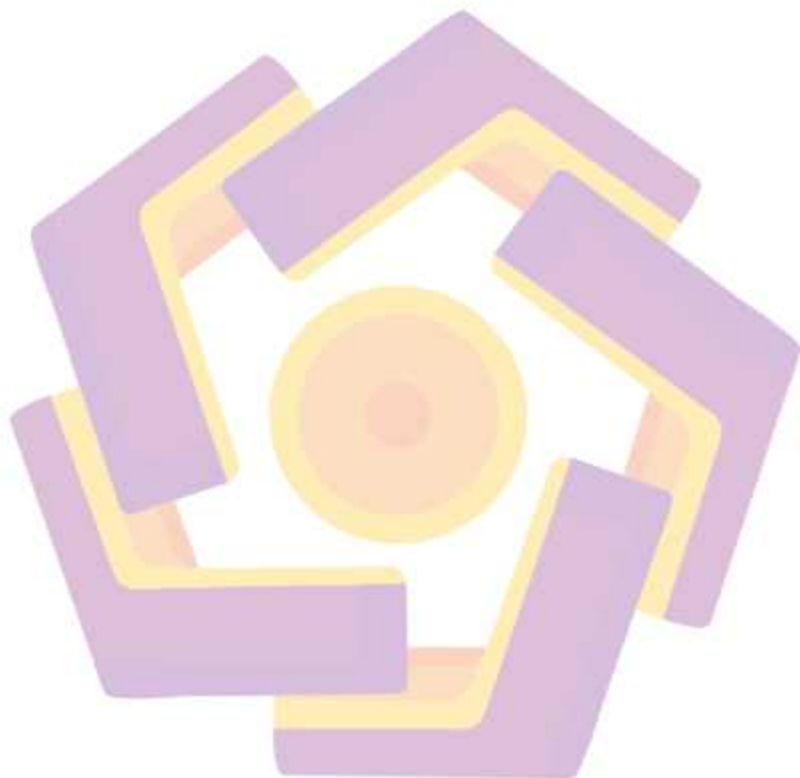


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Syarat, ketentuan dan <i>FEE Buzzer</i> pada <i>maple management</i> di grup <i>Whatsapp</i> .....	2
Gambar 2. Komentar salah satu akun <i>buzzer</i> yang ditujukan kepada Ganjar Pranowo mengarah pada <i>hatespeech</i> .....	3
Gambar 3. Publik yang sependapat dengan unggahan <i>buzzer</i> karena tergiring opininya.....	4
Gambar 4. Jumlah <i>posts trending</i> topik di <i>X</i> .....	6
Gambar 5. Akun <i>buzzer @rizakalfiansyah</i> membuat konten berita tentang Ganjar-Mahfud.....	6
Gambar 6. Akun <i>buzzer @Ssolikun00</i> membuat konten berita tentang Ganjar-Mahfud.....	7
Gambar 7. Akun <i>buzzer @FirdaLesta</i> membuat konten berita tentang Ganjar-Mahfud.....	7
Gambar 8. <i>Buzzer</i> Ganjar-Mahfud membuat konten mengarah ke <i>negative campaign</i> yang ditujukan kepada Prabowo.....	9
Gambar 9. Skema alur perintah kerja <i>buzzer</i> politik.....	28
Gambar 10. Aturan pekerjaan <i>buzzer</i> Ganjar-Mahfud dalam grup Telegram.....	30
Gambar 11. Thread yang dibuat oleh akun <i>@lambebuzzer</i> .....	33
Gambar 12. Aturan pekerjaan <i>hate</i> komen yang akan dikerjakan oleh <i>buzzer</i> Ganjar-Mahfud di grup Telegram.....	34
Gambar 13. Unggahan <i>buzzer</i> Ganjar-Mahfud yang sangat <i>template</i> .....	35
Gambar 14. Jumlah <i>posts</i> tagar <i>GanjarMahfud2024</i> dalam <i>trending</i> topik <i>X</i> .....	36

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1, Kerangka Berfikir.....	20
-----------------------------------	----



## ABSTRAK

Pada era pesta demokrasi seperti saat ini, *buzzer* dianggap menjadi sebuah keharusan yang ada dalam proses keberhasilan partai politik. Bahkan di dunia politik, *buzzer* juga ikut berperan dalam keberhasilan suatu partai politik dalam menggiring opini publik di media sosial dengan unggahan yang dibuat oleh *buzzer*. Dari beberapa aktivitas politik di media sosial *X* dapat menjadi berbahaya jika *buzzer* dimanfaatkan untuk menyebarkan berita-berita *hoax*, melebih-lebihkan, fitnah, dan *hatespeech* antar lawan politik yang kemudian akan membuat perpecahan di tengah masyarakat. Dari permasalahan tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa peran *buzzer* politik Ganjar - Mahfud dalam pembentukan opini publik di media sosial *X*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah etnografi virtual. Subjek dalam penelitian ini adalah *buzzer* Ganjar-Mahfud. Objek dalam penelitian ini adalah unggahan (gambar, komentar, thread, *repost*) terkait pembentukan opini publik yang dituliskan oleh *buzzer* pada bulan Januari 2024. Hasil penelitian peran *buzzer* Ganjar-Mahfud sendiri pada hakikatnya tidak dapat dipisahkan dari pertama, *mem-viralkan* ataupun menaikkan *tagar* atau kata kunci agar masuk ke dalam trending topik *X* dan mendapatkan perhatian dari netizen. Kedua, kampanye yang terbagi menjadi tiga tipe kampanye yaitu kampanye positif (*positive campaign*), kampanye negatif (*negative campaign*), dan kampanye hitam (*black campaign*). Ketiga, *buzzer* Ganjar-Mahfud juga berperan dalam pembentukan opini publik bagi pengguna media sosial *X*.

**Kata Kunci:** *Buzzer, Ganjar-Mahfud, X*

## ABSTRACT

*In the era of democratic parties like today, buzzers are considered a necessity in the process of political party success. Even in politics, buzzers also play a role in the success of a political party in driving public opinion on social media with posts made by buzzers. From some political activities on social media, it can be dangerous if buzzers are used to spread hoaxes, exaggerations, slander, and hatespeech between political opponents which will then create divisions in the community. From these problems, this research aims to analyse the role of Ganjar - Mahfud's political buzzers in shaping public opinion on X social media. This research uses a qualitative approach with the type of research used is virtual ethnography. The subjects in this research are Ganjar-Mahfud buzzers. The object of this research is uploads (pictures, comments, threads, reposts) related to public opinion formation written by buzzers in January 2024. The results of the research on the role of the Ganjar-Mahfud buzzers themselves are essentially inseparable from first, viralising or raising hashtags or keywords so that they enter the trending topic X and get attention from citizens. Second, campaigns are divided into three types of campaigns, namely positive campaigns, negative campaigns, and black campaigns. Third, Ganjar-Mahfud buzzers also play a role in shaping public opinion for X social media users.*

**Keywords:** *Buzzer, Ganjar-Mahfud, X*

