



Politik Media dan Pembentukan Realitas Sosial pada Pilpres 2024: Studi Literatur dalam Perspektif Etika Komunikasi Islam

Meri Sariningsih¹, Indra Martian², Adinda Tessa Naumi³

¹ Institut Almasthuriyah Sukabumi, Sukabumi, Indonesia

^{2,3} Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia

ABSTRACT - The 2024 Presidential Election highlights the increasing role of digital media in shaping society's political reality. This study aims to analyze the political influence of media during the 2024 Presidential Election and its impact on Islamic communication ethics. This qualitative study employs a literature review method. Data collection was conducted by documenting 15 national journal articles (2023–2025) and relevant literature from Google Scholar, Scopus, and DOAJ. Data analysis utilized Miles and Huberman's interactive model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing. Results indicate that social media shifts political communication toward visually and emotionally driven entertainment democracy. Media framing and buzzer propaganda trigger artificial realities, polarization, and social fragmentation due to the neglect of tabayyun (verification) and truthful speech (qaulan sadidan). In conclusion, digital communication ethics crises threaten democracy, though media retains potential for political education based on Islamic values. Future research should employ quantitative approaches to empirically measure propaganda exposure.

ABSTRAK - Pemilihan Presiden 2024 menunjukkan peningkatan peran media digital dalam membentuk realitas politik masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh politik media pada Pilpres 2024 serta dampaknya terhadap etika komunikasi Islam. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi pustaka. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi 15 artikel jurnal nasional (2023–2025) dan literatur relevan dari Google Scholar, Scopus, dan DOAJ. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan media sosial menggeser komunikasi politik menjadi demokrasi hiburan visual-emosional. Framing media dan propaganda buzzer memicu realitas artifisial, polarisasi, dan fragmentasi sosial akibat pengabaian prinsip tabayyun dan kebenaran (qaulan sadidan). Kesimpulannya, krisis etika komunikasi digital mengancam demokrasi, meski media tetap berpotensi untuk edukasi politik berbasis nilai Islami. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak paparan propaganda secara empiris.

Vol. 2 No. 2 (2026): Juni
pp. 65–73

Corresponding Author

Meri Sariningsih

merisariningsih96@gmail.com

Article History

Submitted: 25 Juli 2026

Reviewed: 27 Juli 2026

Accepted: 9 Agustus 2026

Published: 9 Agustus 2026

Keywords

media politics, social reality, Islamic ethics, polarization, 2024 presidential election.

Kata Kunci

politik media, realitas sosial, etika Islam, polarisasi, Pilpres 2024.



PENDAHULUAN

Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) 2024 merupakan momen penting bagi kelangsungan demokrasi di Indonesia. Dalam era digital saat ini, media massa dan media sosial menjadi sarana sosialisasi yang sangat berpengaruh bagi generasi muda (Gen Z dan Milenial) yang menjadi pemilih utama di Pilpres 2024 (Nofiasari et al., 2023). Media memiliki dampak yang mampu membentuk pandangan publik, menarik minat, mengarahkan opini, mempengaruhi sikap, hingga mendefinisikan kenyataan (Devit & Ridwan, 2023). Setiap jenis media berfungsi sebagai agen pembentukan kenyataan, menyusun dan menyajikan peristiwa berdasarkan kepentingan masing-masing, sehingga realitas politik sering kali merupakan hasil dari konstruksi subyektif (Utama et al., 2024). Permasalahan utama muncul ketika terjadi pergeseran dari pembahasan substansi kebijakan ke arah "demokrasi hiburan" dan tren *gimmick* politik, seperti pencitraan kandidat menjadi figur yang lebih santai atau "gemoy" untuk menarik perhatian pemilih muda (Permadi et al., 2024; Rahmat et al., 2025). Fenomena ini diperparah oleh munculnya keberpihakan media online tertentu (Siagian & Ritonga, 2024), penyebaran narasi provokatif oleh *buzzer* (Husein & Syarbaini, 2024; Yanti et al., 2025), serta keterbelahan emosional yang memperlebar jurang pemisah antar kelompok masyarakat (Efrianti, 2025). Dalam perspektif Islam, fenomena ini mencerminkan krisis etika komunikasi politik akibat pengabaian prinsip kebenaran (*qaulan sadidan*) dan konfirmasi berita (*tabayyun*), serta maraknya ujaran yang mengikis nilai-nilai persatuan (*ukhuwah*).

Untuk mengatasi kompleksitas permasalahan tersebut, diperlukan wawasan akademis dan rencana pemecahan masalah yang komprehensif melalui pepaduan analisis dampak politik media dan etika komunikasi Islam. Ruang digital seperti platform X, TikTok, dan YouTube tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat pendidikan, tetapi telah berkembang menjadi arena pertarungan narasi dan saluran komunikasi dua arah (Revolusi, 2024). Oleh karena itu, pendekatan pemecahan masalah dalam penelitian ini diarahkan untuk membongkar secara kritis bagaimana *framing* media, algoritma platform, serta aktivitas propaganda digital memanipulasi kemampuan berpikir kritis masyarakat. Melalui kacamata etika Islam yang menuntut prinsip keadilan (*'adl*), kejujuran (*sidq*), serta keharusan melakukan verifikasi (*tabayyun*) penelitian ini memberikan kontribusi normatif dan analitis untuk mendorong ruang publik digital yang lebih jujur, objektif, dan berorientasi pada kemaslahatan publik.

Penelitian terdahulu yang relevan telah mengeksplorasi topik ini dari beragam sudut pandang. Prakoso et al. (2024) menekankan manfaat media sebagai platform edukasi politik melalui interaksi yang dinamis antara calon dan pemilih. Di sisi lain, Pandiangan et al. (2025) mempertanyakan peran media lokal yang kehilangan fungsinya sebagai pengontrol sosial (*watchdog*) dan beralih menjadi sarana kampanye tersembunyi. Sementara itu, Hidayat dan Kurniadi (2025) menegaskan bahwa strategi komunikasi krisis sangat penting bagi para kandidat dalam merespons dan mengklarifikasi isu-isu negatif yang beredar di media massa maupun media sosial.

Kajian teoritik yang berkaitan dengan masalah yang diteliti menunjukkan bahwa pemrosesan informasi politik oleh masyarakat cenderung terjadi secara terpisah-pisah, singkat, dan lebih mengandalkan isyarat emosional serta simbolis (Graber, 2001). Kerangka ini diperkuat oleh teori *framing* yang menjelaskan bagaimana media menyeleksi, memberi penekanan, dan membentuk sudut pandang publik terhadap suatu peristiwa politik (Goffman, 1974; Entman, 1993). Di lingkungan digital, logika berbasis algoritma mempercepat penyebaran konten emosional yang memicu polarisasi (van Dijck & Poell, 2013) serta



menciptakan ruang gema (*echo chamber*) yang terfragmentasi (Campbell et al., 2013; Sunstein, 2017). Dalam kerangka pemikiran Islam, landasan teori ini dipadukan dengan prinsip *siyasah syar'iyah* dan adab komunikasi publik yang melarang praktik dusta (*kizb*), fitnah (*buhtan*), dan manipulasi citra (*ghurur*).

Keterbaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada pengintegrasian secara menyeluruh antara berbagai elemen dampak politik media modern seperti *gimmick* politik, *framing* media, propaganda *buzzer*, hingga fragmentasi sosial dengan perspektif etika komunikasi Islam. Meskipun studi-studi terdahulu telah mengkaji dampak media atau komunikasi krisis secara terpisah, masih diperlukan penelitian yang secara mendalam mengintegrasikan elemen-elemen tersebut untuk memahami konstruksi realitas masyarakat secara holistik pada Pilpres 2024, sekaligus memberikan tinjauan kritis berbasis etika keislaman.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mendalam terkait pengaruh politik media dalam pembentukan realitas sosial masyarakat selama Pilpres 2024 serta dampaknya terhadap etika komunikasi publik berperspektif Islam. Melalui penelaahan berbagai fenomena dan hasil penelitian terbaru, studi ini berfokus untuk menggambarkan sejauh mana informasi yang terdistorsi serta pembuatan narasi oleh media massa dan media sosial berperan dalam memengaruhi kemampuan berpikir kritis masyarakat. Pentingnya penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengungkap pola komunikasi yang bersifat manipulatif yang muncul selama masa pemilihan, sehingga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan literasi digital, etika politik Islam, dan kualitas demokrasi di Indonesia agar tidak terjebak dalam arus demokrasi yang bersifat hiburan dan merugikan kedaulatan informasi publik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi pustaka (*literature review*). Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami secara mendalam makna yang dibangun oleh individu atau kelompok terkait fenomena sosial (Creswell, 2014; Adlini et al., 2022). Rancangan penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menyintesis literatur ilmiah guna menganalisis dampak politik media terhadap pembentukan realitas sosial masyarakat pada Pilpres 2024 serta implikasinya terhadap etika komunikasi Islam.

Sasaran penelitian atau sumber data utama terdiri dari artikel jurnal ilmiah bereputasi yang diperoleh melalui penelusuran sistematis pada tiga basis data akademik utama, yaitu Google Scholar, Scopus, dan DOAJ. Kriteria inklusi sasaran penelitian meliputi: (1) Artikel jurnal nasional terindeks SINTA dengan rentang tahun publikasi 2023–2025; (2) Mengangkat topik spesifik seputar realitas Pilpres 2024, dinamika media sosial, *framing* media, propaganda *buzzer*, dan polarisasi politik; serta (3) Memiliki relevansi konseptual dengan Etika Komunikasi Islam. Kriteria eksklusi meliputi artikel non-jurnal, Opini/Blog, serta penelitian di luar rentang tahun 2023–2025. Dari proses penelusuran, diperoleh 15 referensi utama jurnal nasional yang kemudian diperkuat oleh artikel jurnal internasional dan buku teks klasik (seperti karya Entman, Goffman, Graber, serta van Dijk & Poell).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran pustaka secara mendalam (*desk research*). Penelusuran data dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci spesifik: "*politik media Pilpres 2024*", "*framing media massa*", "*gimmick politik media sosial*", "*buzzer dan polarisasi*", serta "*etika komunikasi Islam*". Data yang diperoleh dikelompokkan dan disaring secara ketat berdasarkan



kesesuaian dengan indikator penelitian.

Pengembangan instrumen dalam penelitian ini menempatkan peneliti sebagai instrumen utama (*human instrument*). Peneliti menyusun lembar matriks sintesis literatur (*literature review matrix*) dan panduan koding tematik sebagai instrumen bantu untuk mengategorikan dan menyintesis temuan dari 15 jurnal nasional utama dan referensi pendukung secara objektif. Uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber data (membandingkan konsistensi hasil penelitian antarjurnal) dan triangulasi teori (mengomparasikan teori media konvensional/modern dengan prinsip etika komunikasi Islam) (Arianto, 2024).

Teknik analisis data mengadopsi model analisis interaktif Miles dan Huberman (2014). Langkah analisis meliputi: (1) Reduksi Data: Menyaring, mengodekan, dan mengelompokkan data dari 15 jurnal berdasarkan tema utama (media sosial/gimmick, framing, buzzer, polarisasi, dan komunikasi krisis); (2) Penyajian Data: Menyajikan sintesis data dalam bentuk tabel matriks ringkasan dan narasi tematik yang terstruktur; serta (3) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi: Melakukan interpretasi mendalam terhadap data sintesis untuk mengevaluasi dampak fenomena serta merumuskan implikasinya berdasarkan perspektif etika komunikasi Islam (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan dan reduksi data terhadap 15 artikel jurnal nasional utama (2023–2025) serta literatur pendukung, diperoleh sintesis temuan komprehensif mengenai dampak politik media pada Pilpres 2024. Ekstraksi dan klasifikasi data hasil penelitian disajikan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Matriks Sintesis Ekstraksi Data Hasil Penelitian Dampak Politik Media pada Pilpres 2024

No.	Kategori Temuan Tematik	Sumber Literatur Utama (Jurnal 2023–2025)	Indikator Fenomena Komunikasi Digital	Dampak terhadap Realitas Sosial Pemilih	Pisau Analisis Etika Komunikasi Islam
1	Media Sosial & Gimmick Politik	Nofiasari et al. (2023); Permadi et al. (2024); Prakoso et al. (2024); Revolusi (2024); Rahmat et al. (2025)	Konstruksi citra visual “Gemoy”, tren TikTok/Instagram, serta pemanfaatan identitas warna dalam komunikasi politik	Mendorong pemilihan berbasis emosional dan menggeser orientasi politik menuju “demokrasi hiburan” yang cenderung dangkal	Mengaburkan kriteria kepemimpinan <i>al-qawiyu al-amin</i> ; berpotensi mendekati <i>ghurur</i> melalui pencitraan politik yang semu
2	Framing Media & Bias Jurnalistik	Utama et al. (2023/2024); Devit & Ridwan (2023); Siagian & Ritonga (2024); Pandiangan et al. (2025)	Ketidaknetralan media online, termasuk Detik.com dan tvOne, serta <i>agenda setting</i> yang berorientasi partisan	Mendorong pengambilan keputusan politik secara heuristik dan cepat serta berpotensi mengurangi fungsi <i>watchdog</i> media	Bertentangan dengan nilai keadilan (<i>‘adl</i>) dan kejujuran (<i>sidq</i>) dalam penyampaian informasi



No.	Kategori Temuan Tematik	Sumber Literatur Utama (Jurnal 2023–2025)	Indikator Fenomena Komunikasi Digital	Dampak terhadap Realitas Sosial Pemilih	Pisau Analisis Etika Komunikasi Islam
3	Propaganda Digital & Buzzer	Husein & Syarbaini (2024); Rahim et al. (2024); Yanti et al. (2025)	Amplifikasi algoritmik, penyebaran hoaks secara terstruktur, dan fabrikasi narasi politik di ruang digital	Membentuk realitas sosial artifisial dan berkontribusi terhadap erosi kepercayaan publik terhadap lembaga demokrasi	Bertentangan dengan kewajiban <i>tabayyun</i> serta mengandung praktik kebohongan (<i>kizb</i>) dan fitnah (<i>buhtan</i>)
4	Polarisasi & Fragmentasi Sosial	Efrianti (2025); Setiawan et al. (2025)	Ujaran kebencian (<i>hate speech</i>) dan peningkatan sentimen emosional pada platform X	Memperkuat <i>echo chamber</i> dan mendorong fragmentasi serta melemahnya persatuan sosial masyarakat	Bertentangan dengan prinsip <i>ukhuwah</i> dan mengabaikan <i>adab al-ikhtilaf</i> sebagai etika dalam menyikapi perbedaan pendapat
5	Komunikasi Krisis & Edukasi Digital	Hidayat & Kurniadi (2025)	Respons interaktif dan klarifikasi terhadap isu negatif yang berkaitan dengan kandidat melalui media digital	Membuka peluang terbentuknya pemilih yang lebih kritis serta meningkatkan transparansi informasi politik	Dapat menjadi sarana pencerahan (<i>tasqif</i>) dan mendorong dialog konstruktif (<i>ma'ruf</i>)

Tabel 1 menyajikan pemetaan sistematis hasil ekstraksi 15 literatur utama yang menunjukkan hubungan kausal antara strategi media, dampaknya terhadap realitas sosial masyarakat, dan kaitannya dengan penilaian etika komunikasi Islam.

Pembahasan

(1) Media Sosial dan Gimmick Politik: Pergeseran Rasionalitas menuju Demokrasi Hiburan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform digital seperti TikTok dan Instagram menjadi arena utama konstruksi citra politik melalui fenomena *gimmick*, seperti narasi "Gemoy" (Permadi et al., 2024; Revolusi, 2024). Temuan ini mengonfirmasi pandangan Graber (2001) bahwa pemrosesan informasi politik oleh pemilih cenderung berlangsung dangkal, singkat, dan bertumpu pada simbol emosional. Strategi ini secara signifikan memengaruhi pemilih muda (Nofiasari et al., 2023; Prakoso et al., 2024), namun mengeliminasi ruang debat substansi gagasan (Rahmat et al., 2025). Ditinjau dari etika Islam, dominasi *gimmick* politik ini mengaburkan kriteria kepemimpinan ideal yang bertumpu pada kapasitas dan integritas (*al-qawiyu al-amin*), serta berpotensi jebak masyarakat dalam manipulasi citra (*ghurur*).

(2) Framing Media dan Erosi Netralitas Publik

Hasil analisis membuktikan adanya bias dan penataan agenda selektif oleh media massa online



yang merugikan objektivitas informasi (Utama et al., 2023; Siagian & Ritonga, 2024; Pandiangan et al., 2025). Sesuai dengan teori *framing* Goffman (1974) dan Entman (1993), media tidak sekadar melaporkan berita tetapi memilih aspek tertentu untuk mengarahkan persepsi publik. Akibatnya, pemilih mengambil keputusan berdasarkan penilaian heuristik (Devit & Ridwan, 2023). Dalam kerangka etika Islam, ketidaknetralan dan manipulasi *framing* media ini mencederai prinsip keadilan (*'adl*) dan kejujuran (*sidq*), yang mengharuskan media menyajikan kebenaran fakta tanpa bias kepentingan.

(3) *Propaganda Digital Buzzer dan Pembentukan Realitas Artifisial*

Penelitian menemukan bahwa operasi *buzzer* secara terstruktur memanfaatkan logika algoritma media sosial untuk memanipulasi opini publik (Rahim et al., 2024; Yanti et al., 2025). Sejalan dengan van Dijck dan Poell (2013), algoritma media sosial memprioritaskan keterlibatan emosional dibanding kebenaran fakta. Hal ini memicu penurunan kepercayaan publik terhadap sistem politik (Husein & Syarbaini, 2024). Dari perspektif Islam, praktik propaganda digital ini merupakan pelanggaran berat terhadap kewajiban klarifikasi berita (*tabayyun*) serta tergolong tindakan *kizb* (dusta) dan *buhtan* (fitnah) yang merusak tatanan sosial.

(4) *Polarisasi Sosial dan Terancamnya Ukhuwah*

Dampak akumulatif dari propaganda dan *framing* partisan adalah meningkatnya polarisasi emosional dan penyebaran ujaran kebencian di platform X (Efrianti, 2025; Setiawan et al., 2025). Fenomena ini memperkuat teori Campbell et al. (2013) dan Sunstein (2017) mengenai *echo chamber*, di mana masyarakat terfragmentasi dalam kelompok-kelompok tertutup. Dalam perspektif Islam, kondisi ini mengancam nilai persatuan (*ukhuwah*) akibat diabaikannya adab dalam berbeda pendapat (*adab al-ikhtilaf*).

(5) *Komunikasi Krisis sebagai Peluang Edukasi Politik*

Di tengah dampak negatif media, studi ini juga menemukan penggunaan media sosial oleh kandidat untuk respon komunikasi krisis secara langsung (Hidayat & Kurniadi, 2025). Transparansi dalam klarifikasi ini membuka peluang edukasi politik yang rasional bagi pemilih (Prakoso et al., 2024). Jika diintegrasikan dengan nilai Islam, ruang digital ini dapat ditransformasikan menjadi media pencerahan (*tasqif*) dan penyampaian pesan bermartabat (*qaulan sadidan*).

Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa realitas sosial pada Pilpres 2024 sangat terdistorsi oleh ekspansi media digital yang belum diimbangi oleh etika komunikasi yang memadai. Secara praktis, penelitian ini menuntut perlunya kurikulum literasi media digital berbasis etika bagi pemilih muda. Secara teoritis dan normatif, penelitian ini memperkuat urgensi pengintegrasian prinsip-prinsip etika Islam (*tabayyun*, *'adl*, *sidq*, dan *ukhuwah*) ke dalam formulasi regulasi komunikasi politik digital dan kode etik jurnalistik di Indonesia.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed-methods* guna mengukur secara empiris pengaruh tingkat paparan konten *gimmick* dan *buzzer* terhadap perilaku memilih (*voting behavior*).
2. Perlu dilakukan studi komparatif lintas platform (misal: TikTok vs X) dalam memetakan penyebaran disinformasi politik.



3. Disarankan menyusun model atau modul literasi media digital berbasis nilai-nilai etika komunikasi Islam yang dapat diterapkan praktis di institusi pendidikan.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menganalisis pengaruh politik media dalam pembentukan realitas sosial masyarakat selama Pemilihan Presiden 2024 serta imbasnya terhadap etika komunikasi publik berperspektif Islam. Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial, khususnya platform TikTok, Instagram, dan X, memegang peranan dominan dalam membentuk persepsi calon pemilih melalui penggunaan strategi kampanye berbasis visual, simbolis, dan emosional, seperti pergeseran citra kandidat menjadi figur "Gemoy". Fenomena ini menandai bergesernya komunikasi politik dari ruang diskusi kebijakan yang rasional menuju pembentukan realitas "demokrasi hiburan" yang cenderung dangkal dan performatif. Kondisi tersebut diperparah oleh bias keberpihakan media massa arus utama melalui *framing* pemberitaan yang tidak seimbang, serta pengoperasian *buzzer* berbasis algoritma yang menyebarkan narasi terorganisir, hoaks, dan propaganda. Dampak akumulatif dari praktik-praktik tersebut adalah terciptanya realitas artifisial, penurunan tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga demokrasi, serta tajamnya polarisasi emosional dan fragmentasi sosial di tengah masyarakat.

Berdasarkan sintesis antara temuan empiris dan pemikiran normatif, dikembangkan pokok pikiran baru mengenai urgensi restrukturisasi etika komunikasi publik di era digital yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman. Fenomena kemunduran kualitas demokrasi dan maraknya manipulasi informasi dalam Pilpres 2024 pada hakikatnya berakar dari krisis etika, di mana prinsip-prinsip mendasar seperti *tabayyun* (verifikasi data), *qaulan sadidan* (kejujuran dan kebenaran informasi), *'adl* (keadilan), serta *adab al-ikhtilaf* (etika berbeda pendapat) diabaikan demi kemenangan politik elektoral semata. Di sisi lain, esensi temuan penelitian ini menegaskan bahwa media digital tidak semata-mata berdampak negatif, melainkan memiliki potensi transformatif sebagai sarana komunikasi krisis, pendidikan politik, dan pencerahan (*tasqif*) apabila dimanfaatkan secara transparan, akuntabel, dan berlandaskan pendekatan dialogis yang Islami. Dengan demikian, keberlangsungan demokrasi digital yang sehat di Indonesia sangat bergantung pada terwujudnya ekosistem komunikasi politik yang tidak hanya patuh pada regulasi hukum, tetapi juga ditopang oleh kesadaran etis berbasis nilai-nilai keagamaan dan penguatan literasi media yang kritis bagi seluruh lapisan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Adlini, M.N., Dinda, A.H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S.J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*.

Arianto, B. (2024). *Triangulasi metoda penelitian kualitatif*. Borneo Novelty Publishing.

Campbell, R., Martin, C. R., & Fabos, B. (2013). *Media & culture: Mass communication in a digital age* (9th ed.). Bedford/St. Martin's. Boston New York



Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Devit, M., & Ridwan, N. (2023). Dampak framing hasil survei Pemilihan Presiden 2024 mempengaruhi persepsi publik. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 23(3). <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>

Efrianti, Y. (2025). Polarisasi politik Indonesia tahun 2024 dalam pemberitaan media online. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 3(1), 74–91. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v3i1.4869>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.

Graber, D. A. (2001). *Processing politics: Learning from television in the Internet age*. University of Chicago Press.

Hidayat, A. G., & Kurniadi, B. (2025). Komunikasi krisis dalam kampanye politik: Studi kasus respons kandidat terhadap isu negatif. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 5(3). <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v5i3.7614>

Husein, M., & Syarbaini, S. (2024). Propaganda buzzer politik pada Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 7(2).

Nofiasari, W., Saputra, I., & Tantra Paramitha, S. (2023). Urgensi media sosial sebagai agen sosialisasi politik menjelang Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Pendidikan kewarganegaraan*, 13(2)

Pandiangan, C. U. A., Pembayun, J. G., & Ratnasari, E. (2025). Pemberitaan Prabowo–Gibran jelang Pilpres 2024: Analisis framing pada media online. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(1), 230–249. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i1.61361>

Permadi, D., Suparto, D., & Bisri, A. Z. (2024). Analisis Semiotik Iklan Politik Prabowo Gibran Pada Pilpres 2024. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 10(1), 45–55. <https://doi.org/10.30997/jk.v10i1.12507>

Prakoso, B., Belinda Fatharani, R., Kurnia Illahi, F., Himmah, atul, & Realita, E. (2024). *Ruang Edukasi Politik Masyarakat: Wawasan dari Capres-Cawapres dalam Program Kampanye Pemilihan Presiden 2024*. *Jurnal Lanskap Politik*, 2(2), 127 – 152 <https://doi.org/10.31942/jlp.2024.2.2>

Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>

Rahim, S. N., Shabrina, H. N., Salsabila, R., Hanum, S., Zemlya, N. A.-R., & Rahman, A. (2024). Peran Buzzer di Media Sosial Dalam Membentuk opini kebijakan publik masyarakat pada Pemilu 2024. *PubBis : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 8(2), 147–158. <https://doi.org/10.35722/jurnalpubbis.v8i2.1051>



- Rahmat, F. N., Gasa, F. M., Rusdin, F. R., Marut, Y. B., & Maris, S. S. (2025). Political gimmicks on social media in the 2024 presidential election and criticism of democratic practices in Indonesia. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1). <https://doi.org/10.21070/kanal.v14i1.1964>
- Revolusi, P. R. (2024). Persepsi publik dan media sosial dalam kampanye digital Pilpres 2024. *Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 5(1), 32–44. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i1.1177>
- Setiawan, H., Fitri Qurniawati, E., & Samsudin, D. (2025). *Polarisasi, Relasi Media, dan Narasi Publik pada Kontestasi Politik Menjelang Pilpres 2024 di Platform X*. *Journal of communication studies* 7(2)
- Siagian, P., & Ritonga, M. U. (2024). Analisis framing dalam pemberitaan politik di tvonenews.com: Studi kasus Pemilihan Presiden 2024. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2), 126–139. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i2.96>
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Utama, P. A., Nugroho, A., & Hasfi, N. (2023). Sikap Detik.com Terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024. *Interaksi Online*, 12(1), 420-437. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/42421>
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Yanti, D. Y., Rizqiana, S., Fadhilah, F. N. A., & Nisa, P. K. (2025). Propaganda politik dalam media sosial: Studi kasus penyebaran hoaks Pilpres 2024 di X. *Jurnal PEMA*, 5(2), 501–507. <https://doi.org/10.56832/pema.v5i2.1295>

