

## DINAMIKA POPULISME DIGITAL DAN KEKUASAAN INFLUENCER POLITIK DI INDONESIA DAN FILIPINA

Rafa Thahirah, Elly Nurlia, Luthfiyyah Pramita, Amanda Putri, Puput Aurelia

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Pemerintahan

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received November 2025

Revised November 2025

Accepted November 2025

Available online November 2025

#### Email:

[6670230159@untirta.ac.id](mailto:6670230159@untirta.ac.id)



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author..

### Abstrak

Fenomena populisme digital di Indonesia dan Filipina mencerminkan transformasi mendasar dalam praktik kekuasaan politik di era media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik populisme digital di kedua negara, menelaah peran influencer politik sebagai aktor hegemonik baru dalam membentuk opini publik, serta menilai implikasinya terhadap kualitas demokrasi digital. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif melalui kajian pustaka, penelitian ini menemukan bahwa populisme digital tidak lagi bergantung pada mobilisasi massa fisik, melainkan pada algoritma media sosial, politik afektif, dan strategi komunikasi yang menekankan kedekatan emosional. Di Indonesia, populisme digital berkembang melalui relawan daring dan buzzer pro-pemerintah yang menonjolkan citra kerakyatan, sedangkan di Filipina berkembang dalam bentuk “digital authoritarian populism” yang memanfaatkan disinformasi dan nostalgia politik. Influencer politik dalam konteks ini berfungsi sebagai penghubung antara negara, media, dan publik, yang mengonversi kapital simbolik dan afektif menjadi kekuasaan politik. Temuan menunjukkan bahwa populisme digital menciptakan paradoks demokrasi: akses komunikasi semakin terbuka, namun ruang deliberatif publik melemah akibat dominasi algoritma dan polarisasi emosional. Dengan demikian, fenomena ini menuntut peningkatan literasi digital, transparansi algoritmik, dan regulasi etika bagi influencer politik agar demokrasi digital dapat berkembang secara substantif.

**Kata kunci:** populisme digital, influencer politik, demokrasi digital, algoritma, Indonesia, Filipina.

### Abstract

The phenomenon of digital populism in Indonesia and the Philippines reflects a fundamental transformation in the exercise of political power in the social media era. This study aims to analyze the characteristics of digital populism in both countries, examine the role of political influencers as new hegemonic actors in shaping public opinion, and assess its implications for the quality of digital democracy. Using a descriptive-qualitative approach through literature review, this research finds that digital populism no longer relies on physical mass mobilization but on social media algorithms, affective politics, and communication strategies emphasizing emotional closeness. In Indonesia, digital populism has evolved through online volunteers and pro-government buzzers highlighting the image of “the people’s leader,” while in the Philippines it manifests as “digital authoritarian populism” supported by disinformation and nostalgic narratives. Political influencers serve as intermediaries between the state, media, and the public, converting symbolic and affective capital into political power. The findings reveal a paradox of digital democracy: communication access has become more open, yet deliberative public spaces are weakened by algorithmic dominance and emotional polarization. Therefore, this phenomenon calls for strengthening digital literacy, ensuring algorithmic transparency, and establishing ethical regulations for political influencers to promote a more substantive digital democracy.

**Keywords:** digital populism, political influencers, digital democracy, algorithm, Indonesia, Philippines.

## PENDAHULUAN

Fenomena populisme digital di Asia Tenggara menandai sebuah transformasi penting dalam politik komunikasi. Kehadiran media sosial dan platform digital telah menciptakan modus baru bagi kekuatan politik populis yang tidak lagi semata-mata bergantung pada basis partai struktural atau mobilisasi massa fisik, melainkan pada algoritma, jaringan daring, dan figur

influencer politik yang mampu menjangkau publik secara langsung. Sebagaimana diungkap oleh Nadzir dalam kajiannya tentang Indonesia, media digital menyediakan ruang yang “ideal bagi politik performatif yang menjadi landasan penting bagi populisme” (Nadzir, 2022).

Perubahan lanskap politik komunikasi ini semakin nyata ketika platform-platform seperti TikTok, YouTube, X/Twitter dan Facebook beralih peran menjadi arena utama produksi wacana politik. Populis memanfaatkan fitur-fitur tersebut seperti engagement cepat, visual storytelling, penyebaran emotif dan moral panic untuk membangun narasi “kami versus elit”, mengedepankan kedekatan emosional, dan sering kali memanfaatkan disinformasi sebagai bagian strategi mobilisasi (Nadzir, 2022). Dalam konteks Indonesia dan Filipina, tren ini tak bisa diabaikan.

Di Indonesia pada saat masa kepemimpinan seperti di bawah Joko Widodo (Jokowi) dan kemudian para aktor politik lain menghadirkan fenomena “relawan digital” dan buzzer politik yang berperan aktif dalam kampanye daring, mengisi ruang-publik digital dengan pesan-populis yang direkayasa melalui influencer, video pendek, meme, dan sirkulasi cepat konten. Di Filipina pun di era Rodrigo Duterte dan Ferdinand “Bongbong” Marcos Jr., vlogger dan pengguna TikTok pro-pemerintah mengambil posisi strategis dalam membangun apa yang bisa disebut sebagai “digital authoritarian populism” yaitu populis yang dipadukan dengan kontrol digital dan narasi nostalgia / kuat-otoritarian.

Kajian ini menjadi sangat relevan karena melalui lensa influencer politik dan populisme digital kita dapat melihat bagaimana kekuasaan politik tidak lagi hanya berlangsung melalui lembaga formal, tetapi melalui jaringan digital, citra, algoritma, dan interaksi daring yang intens. Dengan demikian memahami mekanisme dan implikasi dari fenomena ini terutama bagaimana influencer politik mengonstruksi opini publik, membentuk identitas politik baru, dan pada akhirnya memengaruhi demokrasi partisipatif adalah sangat penting bagi kajian komunikasi politik dan perubahan demokrasi di kawasan Asia Tenggara.

Fenomena populisme digital di Asia Tenggara, khususnya di Indonesia dan Filipina, menunjukkan pergeseran besar dalam cara kekuasaan politik dijalankan. Populisme kini tidak lagi bertumpu pada mobilisasi massa fisik, melainkan pada algoritma, emosi, dan peran influencer politik yang membentuk opini publik di ruang digital. Di Indonesia, populisme digital berkembang melalui politik kedekatan ala Joko Widodo yang dilanjutkan dengan relawan dan buzzer pro-pemerintah yang menonjolkan citra “kerakyatan” dan moralitas publik (Akhyat Sul Khan, 2020). Sedangkan di Filipina, populisme digital mengambil bentuk lebih otoritarian melalui vlogger dan TikToker seperti Mocha Uson atau Jam Magno yang memperkuat propaganda Duterte dan Marcos Jr. lewat nostalgia serta disinformasi terorganisir (Dayrit et al., 2022). Berdasarkan hal itu, penelitian ini merumuskan tiga persoalan utama: karakter dan dinamika populisme digital di kedua negara; peran influencer politik dalam membentuk serta mempertahankan kekuasaan populis; dan implikasinya terhadap kualitas demokrasi digital.

Tujuan penulisan ini adalah menganalisis karakteristik populisme digital di Indonesia dan Filipina, menguraikan bagaimana influencer menjadi aktor hegemonik baru yang mengonversi kapital simbolik dan kapital afektif menjadi kapital politik sebagaimana dijelaskan Bourdieu dan Moffitt (Alfin, 2022), serta menilai dampaknya terhadap demokrasi digital dan ruang deliberatif warga. Kajian ini menyoroti apakah populisme digital dan kekuasaan influencer memperkuat partisipasi politik atau justru melahirkan bentuk baru dari digital authoritarianism dan echo chamber politics yang mengikis rasionalitas publik serta melemahkan substansi demokrasi partisipatif.

## PEMBAHASAN

Populisme digital di Asia Tenggara menandai transformasi dari populisme klasik menuju bentuk baru yang berakar pada logika algoritmik dan budaya media sosial. Jika populisme tradisional bertumpu pada karisma pemimpin dan mobilisasi massa fisik, maka populisme digital beroperasi melalui like, share, dan engagement yang dikendalikan oleh algoritma platform digital. Dalam konteks ini, populisme tidak lagi semata ideologi politik, tetapi gaya komunikasi yang menekankan emosi, kedekatan, dan politik afektif (affective politics) melalui narasi “kami versus mereka”. Studi di Public Library of Science menunjukkan bahwa media sosial mempercepat sirkulasi pesan populis melalui mekanisme disinformasi dan moral panic yang dimediasi algoritma (David et al., 2019).

Di Indonesia sendiri populisme digital berkembang kuat sejak era Jokowi, yang menggunakan gaya komunikasi populis berbasis kesederhanaan dan kedekatan emosional dengan warga. Pola ini kemudian direplikasi oleh relawan digital dan buzzer yang berperan membentuk opini publik dan mempertahankan citra kerakyatan pemimpin (Salimah et al., 2025). Sementara di Filipina, populisme digital berkembang sebagai propaganda terpusat yang memanfaatkan vlogger dan TikToker pro-pemerintah dalam menciptakan nostalgia terhadap era Marcos serta membangun legitimasi rezim baru. Temuan serupa dijelaskan dalam International Journal of Social Science Research yang menyoroti peran digital populism sebagai strategi mempertahankan otoritarianisme dalam kemasan demokrasi elektoral (Espiritu, 2025).

Influencer berfungsi bukan sekadar pendukung kandidat dalam ekosistem politik digital, melainkan aktor hegemonik baru yang membentuk opini publik dan legitimasi politik. Karakteristik utama mereka mencakup affective branding yakni kemampuan membangun kedekatan emosional dengan audiens; algorithmic visibility kemampuan muncul lebih sering dilinimasa publik ketimbang media arus utama; serta mediated legitimacy konversi popularitas digital menjadi kekuasaan simbolik (Setiawati et al., 2023).

Di Indonesia sendiri figur seperti Denny Siregar, Ade Armando, dan jaringan “Jokowi Mania” mencerminkan bentuk political influencer yang aktif dalam framing isu, membangun narasi tandingan, dan memengaruhi persepsi publik. Sedangkan di Filipina, tokoh seperti Mocha Uson dan Jam Magno memainkan peran penting dalam kampanye Duterte dan Marcos Jr., mengintegrasikan disinformasi dan entertainment politics untuk membangun citra pemimpin kuat. Fenomena ini menciptakan relasi kekuasaan baru di mana influencer menjadi perantara antara negara, media, dan warga. Dengan memanfaatkan kapital simbolik dan kapital afektif (Bourdieu, 1986; Moffitt, 2016), mereka mampu mengonversi popularitas digital menjadi kekuasaan politik nyata yang mengaburkan batas antara partisipasi dan propaganda (Meilinda & Fransisca, 2024).

Media sosial seperti Facebook, TikTok, X (Twitter), dan YouTube dalam konteks populisme digital tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah bertransformasi menjadi aktor politik otonom yang mengatur distribusi wacana dan membentuk relasi kekuasaan berbasis data serta algoritma. Menurut Zuboff (2019) dalam *The Age of Surveillance Capitalism*, algoritma bekerja dengan logika komodifikasi perhatian (attention economy) konten yang memancing emosi diprioritaskan agar interaksi meningkat, sehingga memperkuat echo chamber dan polarisasi politik. Temuan serupa juga dikonfirmasi dalam Public Media Communication (PMC) Journal, yang menjelaskan bahwa algoritma media sosial berfungsi sebagai mekanisme “gatekeeping politik digital” yang menentukan pesan politik mana yang akan disebarluaskan secara massif. Konten dengan muatan emosional, moral panic, dan nasionalisme populis terbukti memiliki daya sebar lebih tinggi dibanding diskursus kebijakan rasional.

Praktik ini tampak pada maraknya “buzzer politik” dan “relawan digital” yang menguasai lanskap media selama periode pemilu 2019-2024. Studi di *Communica Journal* menunjukkan bahwa narasi seperti “Jokowi merakyat” atau “Anies pembawa perubahan” memperoleh interaksi publik yang jauh lebih besar dibanding wacana kebijakan ekonomi atau lingkungan. Hal ini memperlihatkan bahwa algoritma beroperasi sebagai mesin produksi afeksi politik, di mana popularitas menggantikan substansi gagasan (Febriana & Rahman, 2024).

Sementara di Filipina, fenomena yang lebih ekstrem terjadi pada masa pemerintahan Rodrigo Duterte dan Ferdinand “Bongbong” Marcos Jr.. Platform TikTok dimanfaatkan untuk membangun “digital rebranding” keluarga Marcos melalui konten bernuansa nostalgia terhadap masa lalu yang disebut “golden age”. Penelitian *IJSSR Journal* mencatat bahwa narasi ini menciptakan “ingatan digital terkurasi” yang menghapus sejarah pelanggaran HAM dan menggantikannya dengan romantisisme nasionalisme digital. Dengan demikian, baik di Indonesia maupun Filipina, platform digital berfungsi sebagai infrastruktur hegemonik, bukan hanya menyalurkan informasi politik, tetapi juga mengonstruksi persepsi publik dan mengatur “siapa yang boleh didengar” dalam demokrasi digital.

Populisme digital menimbulkan krisis mendalam terhadap ruang deliberatif publik sebagaimana dikonsepkan oleh Habermas (1989) di mana rasionalitas diskursif seharusnya menjadi landasan pembentukan opini publik. Dalam praktik digital, ruang tersebut kini digantikan oleh politik emosi, viralitas, dan disinformasi.

Penelitian dalam *Communica Journal* menjelaskan bahwa fenomena populisme digital menghasilkan “ruang publik semu”: masyarakat tampak aktif melalui like, share, dan komentar, tetapi partisipasi tersebut didominasi oleh algoritma dan influencer politik yang mengarahkan opini. Kasus Indonesia memperlihatkan bagaimana kampanye digital menciptakan fragmentasi ekstrem seperti polarisasi “cebong vs kampret”, yang memecah ruang publik menjadi dua ekosistem emosional tertutup. Dalam analisis BRIN (2023), dinamika ini merupakan bentuk depolitisasi emosional, di mana keterlibatan masyarakat bersifat afektif tetapi tidak substantif terhadap kebijakan publik.

Di Filipina muncul apa yang disebut “troll authoritarianism”, yakni sistematisnya produksi hoaks dan serangan daring terhadap jurnalis independen, terutama Maria Ressa, yang menjadi target propaganda pro-Duterte dan pro-Marcos. Kajian *IJSSR Journal* dan *PMC* menyebut ini sebagai bentuk “digital authoritarian populism”—pengendalian wacana publik tanpa represi fisik tetapi melalui algoritma, disinformasi, dan kultur ketakutan daring. Fenomena tersebut menunjukkan paradoks demokrasi digital: inklusif secara akses, tetapi eksklusif secara wacana. Masyarakat dapat bersuara, tetapi algoritma menentukan mana yang terdengar. Menurut Wahid (2023), kondisi ini menyebabkan fatigue democracy — kelelahan politik yang membuat warga menjauh dari diskusi rasional dan menggantinya dengan ekspresi afektif di dunia maya (Febriana & Rahman, 2024).

## Tantangan

Fenomena populisme digital di Indonesia dan Filipina menghadirkan berbagai tantangan serius bagi keberlanjutan demokrasi digital. Pertama, munculnya krisis kepercayaan terhadap media arus utama menjadi tanda melemahnya otoritas jurnalisme konvensional. Banyak masyarakat menganggap media tradisional bias, lambat, dan tidak mampu menandingi kecepatan arus informasi di media sosial. Kondisi ini menimbulkan apa yang disebut sebagai disintermediasi informasi, yakni hilangnya peran lembaga jurnalistik sebagai penjaga kebenaran dan verifikasi berita. Akibatnya, masyarakat lebih mudah mempercayai informasi viral meskipun belum terverifikasi, yang pada akhirnya memperkuat penyebaran disinformasi dan opini emosional tanpa dasar fakta.

Kedua, dominasi algoritma yang dikendalikan oleh korporasi besar seperti Meta (Facebook, Instagram) dan ByteDance (TikTok) telah menciptakan bentuk oligopoli algoritmik. Dalam situasi ini, politik dan ekonomi digital saling bertumpang tindih, di mana perhatian publik menjadi komoditas dan data pengguna diperdagangkan untuk kepentingan komersial maupun politik. Algoritma menentukan konten apa yang muncul di linimasa pengguna, sehingga opini publik dibentuk oleh logika pasar dan bukan oleh kepentingan publik. Akibatnya, isu-isu penting yang tidak mengandung nilai sensasional sering kali tenggelam, sementara konten yang memicu emosi justru mendominasi ruang digital.

Ketiga, perkembangan ini memicu fragmentasi ruang publik dan memperkuat munculnya digital authoritarianism. Pemerintah di kedua negara cenderung memanfaatkan ruang digital untuk mengontrol narasi, baik melalui pembentukan buzzer pro-pemerintah maupun kampanye siber yang menekan kritik. Dengan memanfaatkan algoritma dan jaringan influencer, kekuasaan politik mampu mengarahkan opini publik sekaligus membungkam perbedaan pendapat tanpa menggunakan represi fisik. Praktik semacam ini menunjukkan bahwa populisme digital dapat menjadi alat baru bagi kontrol politik modern, di mana kebebasan berekspresi tampak terjamin, namun sebenarnya dibatasi oleh desain algoritmik dan strategi komunikasi kekuasaan.

## Peluang

Populisme digital juga membuka peluang bagi transformasi demokrasi partisipatif. Studi *Political Influencers on Social Media: An Introduction* menyebut bahwa munculnya counter-influencers, fact-checkers, dan komunitas jurnalisme warga mampu menantang dominasi wacana elite dan mendorong transparansi politik (Riedl et al., 2023). Di Indonesia, inisiatif seperti CekFakta dan Tular Nalar menjadi praktik nyata dari demokrasi digital deliberatif, sedangkan di Filipina muncul gerakan #FactsFirstPH yang memerangi propaganda Marcos di TikTok. Lebih jauh, generasi muda digital-native menunjukkan bentuk partisipasi politik baru yang lebih cair, horizontal, dan kreatif. Mereka memanfaatkan ruang digital untuk mengorganisasi gerakan berbasis isu mulai dari lingkungan, antikorupsi, hingga kesetaraan gender. Dengan demikian, terdapat potensi untuk merekonstruksi ruang publik digital deliberatif sepanjang didukung oleh literasi digital, transparansi algoritma, dan regulasi etika influencer politik.



## PENUTUP

Populisme digital di Indonesia dan Filipina menunjukkan pola konvergensi yang menarik antara logika populisme klasik dan infrastruktur komunikasi digital kontemporer. Di kedua negara, populisme tidak lagi semata beroperasi melalui narasi “rakyat versus elite,” tetapi dimediasi oleh logika platform seperti Facebook, YouTube, dan TikTok yang mengandalkan algoritma afektif dan personalisasi pesan politik. Teknologi digital memungkinkan para pemimpin populis dan influencer politik membangun kedekatan semu (simulated intimacy) dengan publik melalui konten emosional, performatif, dan partisipatif. Fenomena ini memperlihatkan bahwa kekuasaan tidak lagi hanya dijalankan secara vertikal antara negara dan rakyat, tetapi bersifat sirkuler terbentuk melalui relasi timbal balik antara platform digital, influencer politik, dan audiens online.

Influencer politik dalam konteks ini tidak hanya bertindak sebagai komunikator atau penguat citra, tetapi sebagai agen hegemonik baru yang membentuk opini publik, menegosiasikan legitimasi kekuasaan, dan memonopoli ruang diskursif digital. Mereka memanfaatkan logika viralitas dan algoritmik untuk menciptakan echo chambers yang memperkuat identitas politik emosional dan mengikis ruang deliberasi rasional. Hasilnya, demokrasi digital di kedua negara menghadapi paradoks mendasar: semakin terbuka dan partisipatif secara teknis, tetapi semakin dangkal secara substantif. Partisipasi digital lebih sering diwujudkan dalam bentuk ekspresi afektif seperti likes, shares, dan comments daripada dalam dialog kritis dan rasional. Dengan demikian, populisme digital tidak hanya menjadi gejala komunikasi politik, tetapi juga representasi transformasi kekuasaan dalam ekosistem digital yang bersifat post-demokratis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhyat Sul Khan, K. (2020). Mitos Good Influencer dan Politik citra Awkarin dalam Pusaran Demonstrasi Mahasiswa Menolak RKUHP. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 19-34. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss1.art2>
- Alfin, S. (2022). *Komunikasi Politik di Era Digital: Dari Big Data, Influencer Relations & Kekuatan Selebriti, hingga Politik Tawa*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?hl=en&id=J7NNEQAAQBAJ>
- Dafrizal et al. (2025). Influencers and Politics : Their Role as Political Communications in the Digital Age. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 8(1), 107-115.
- David, C. C., San Pascual, R. S., & Torres, E. S. (2019). Reliance on Facebook for news and its influence on political engagement. *PLoS ONE*, 14(3), 1-15. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0212263>
- Dayrit, J. C. S., Albao, B. T., & Cleofas, J. V. (2022). Savvy and woke: Gender, digital profile, social media competence, and political participation in gender issues among young Filipino netizens. *Frontiers in Sociology*, 7. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2022.966878>
- Espiritu, R. (2025). A Retrospective Examination of Rodrigo Duterte's Populist Politics in the Philippines (2016-2022) Applying Taggart's Framework. *Indonesian Journal of Social Science Research*, 6(2), 391-406. <https://doi.org/10.11594/ijssr.06.02.05>
- Febriana, ajeng iva dwi, & Rahman, S. (2024). *Communica : Journal of Communication*. 1, 28-40.

- Harefa, E., Dompok, T., To, R., & Salsabila, L. (n.d.). *Perbandingan Sistem Politik Dan Demokrasi : Studi Kasus Indonesia Dan Filipina Dalam Konteks Sejarah Politik Dan Pemilihan Umum*. 136-140.
- Hutauruk, H., Christoper, M. A., & ... (2024). Pengaruh Promosi Politik Partai Gerindra Di Media Sosial Tiktok Terhadap Sikap Mendukung Prabowo Subianto Dalam Pilpres 2024 Pada Pemilih Pemula Di .... *Innovative: Journal Of ...*, 4, 1807-1815.  
<http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8087>  
<http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/8087/5457>
- Junaeda, S., & Khaerunnisa. (2024). Dinamika Populisme di Era Digital: Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemikiran Politik Masyarakat. *Journal of Education and Culture*, 4(2), 23-27.  
<https://doi.org/10.58707/jec.v4i2.827>
- Kurniawan, W., Arham, M., & Muluk, H. (2024). Social Media's Influence on Political Participation: Insights from a Systematic Review and Meta-Analysis in Indonesian Psychology. *Jurnal Psikologi*, 51(3), 236. <https://doi.org/10.22146/jpsi.101469>
- Meilinda, V., & Fransisca, V. (2024). Influencer Culture and Public Opinion: A Study on the Impact of Digital Influencers on Political Mobilization. *Islamic Journal of Communication and Public Discourse*, 1(1), 40-46. <https://doi.org/10.59784/ijcpd.v1i1.1>
- Nadzir, I. (2022). Performative Politics and Digital Populism in Indonesia. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(2), 73. <https://doi.org/10.14203/jpp.v19i2.1131>
- Olaniran, B., & Williams, I. (2020). Platforms, Protests, and the Challenge of Networked Democracy. *Platforms, Protests, and the Challenge of Networked Democracy*, 77-94.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-36525-7>
- Pamposa, A., & Nitafan, R. P. (2025). Unveiling the power behind the curtain: The influence of political wives of local chief executives in the Philippines. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 38(2), 170-186. <https://doi.org/10.20473/mkp.v38i22025.170-186>
- Putra, A. A., & Rochmaniah, A. (2024). Branding Politik: Bagaimana Pemimpin Muda Menguasai Instagram untuk Pengaruh Politik di Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 109-118. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2886>
- Riedl, M. J., Lukito, J., & Woolley, S. C. (2023). Political Influencers on Social Media: An Introduction. *Social Media and Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20563051231177938>
- Rif'an, A. (2024). Media Sosial Sebagai Alat Soft Power Dalam Diplomasi Digital: Studi Kasus Negara-Negara Asean. *Sciential: Journal of Social Sciences and International Relations*, 1(2), 91-102.
- Salimah, S. M., Inah, & Kusumastuti, N. (2025). 2025 The Influence of an Islamic Preaching Influencer on Muslim Political Preferences : A Case Study of Kadam Sidik on Social. *Journal of Political Islam*, 1(1).
- Saragih, J., Purba, M., Manik, M., Aulia, N. D., Wulandari, W., & Sihaloha, O. A. (2024). Journal Education and Government Wiyata PERAN INFLUENCER INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK DAN PARTISIPASI POLITIK. *Journal Education and Government Wiyata*, 2(4), 396-406.  
<https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov>
- Setiawati, T., Tiara, A., & Mustika, S. (2023). Social Media as a Negative Source of Political News in a Polarized Society? Indonesian and Filipino Students' Perception. *Jurnal Komunikasi*, 17(2), 243-256. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss2.art7>
- syahputra eko, novianty lily, sembiring juhardi. (2023). pengaruh tiktok sebagai arena politik di kaklangan gen z. *Journal of Engineering Research*, 10(1), 35-45.
- Tremblay, J., Regnerus, M. D., Educação, S. D. A. S. N. D. E., Júnior, F. T., Sanfelice, J. L.,

Tavares Júnior, F., Dourado, L. F., Brito, M. M. A. de, Maiti, Bidinger, Sposito, M. P., Dubet, F. F., Ribeiro, C. A. C., Silva, N. do V., Barbosa, M. L. de O., Cunha, N. M., Dayrell, J., Rogošić, S., Baranović, B., ... Alves, S. (2016). Pengaruh dari Penggunaan Influencer dan buzzer dalam dunia perpolitikan di Kota Bandung. *Educacao e Sociedade*, 1(1), 1689-1699. [http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao\\_PereiraAS\\_1.pdf%0Ahttp://www.anpoc.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_11/rbcs11\\_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bits/tream/11058/7845/1/td\\_2306.pdf%0Ahttps://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/03/emi](http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf%0Ahttp://www.anpoc.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bits/tream/11058/7845/1/td_2306.pdf%0Ahttps://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/03/emi)

Wahid, F. (n.d.). Media Sosial: Penyubur atau Pengubur Demokrasi? *Uii.Ac.Id*.

[https://www.uui.ac.id/wp-content/uploads/2022/05/Pidato-Guru-Besar-Prof-Fathul-Wahid-1. pdf](https://www.uui.ac.id/wp-content/uploads/2022/05/Pidato-Guru-Besar-Prof-Fathul-Wahid-1.pdf)

Zuhdan, M., & Enitasari, N. D. (2024). Eksistensi Influencer Dan Buzzer Dalam Fenomena Golput Pada Masa Pemilu. *TheJournalish: Social and Government*, 5(4), 420-440. <https://doi.org/10.55314/tsg.v5i4.835>