

PERAN *BUZZER* DALAM *DIGITAL ENDORSEMENT*
(Studi Netnografi Terhadap Tren Penggunaan *Buzzer* di Twitter)

Annissa Dwi Utami¹

ABSTRAK

Dalam penelitian tugas akhir ini penulis ingin memberikan gambaran mengenai penelitian yang akan dilakukan, yaitu penelitian yang nantinya akan mengungkap peran *buzzer* sebagai *digital endorser* yang menyebabkan terjadinya *viral marketing*. Metodologi dalam penelitian ini adalah kualitatif netnografi dengan teknik pengumpulan data melalui observasi online, wawancara online terhadap narasumber, dan studi kepustakaan. Objek penelitian adalah *buzzer*, dengan lokasi penelitian di dunia media sosial bernama Twitter. Hasil dari penelitian ini memberikan gambaran mengenai enam peran utama *buzzer* dalam *digital endorsement*, yaitu penyampai pesan, pembuat virality, membangun engagement, membangun image, endorser digital, dan bukan pengangkat angka penjualan

Kata kunci: *Buzzer, Media Sosial, Twitter, Social Media Marketing, Digital Endorser, Viral Marketing*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie

ROLES OF BUZZER IN DIGITAL ENDORSEMENT
(Netnography Study toward Buzzer Utilization Trend in Twitter)

Annissa Dwi Utami²

ABSTRACT

In this research, author would like to describe about research that will be conducted, that is research about buzzer's role as digital endorser and in viral marketing. Research Methodology used is qualitative focused on netnography. Data accumulation techniques in this research are observation, in depth interview, and document study. This research object is buzzer, and research location is Twitter. Result of this research can give explanations about six role of buzzer on digital endorsement: buzzing message, viral maker, engagement builder, image builder, digital endorser, and not a selling elevator.

Key words: *Buzzer, Social Media, Twitter, Social Media Marketing, Digital Endorser, Viral Marketing*

² Student of Communication Studies Program, Bakrie University