

**ANALISIS WACANA BERBASIS KORPUS  
KOMENTAR PENGGUNA *YOUTUBE* PADA KONTEN  
*REVIEW SMARTPHONE* APPLE IPHONE 14 PRO  
*CHANNEL “GADGETIN”* DI INDONESIA**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu komunikasi  
Konsentrasi : Penyiaran (Broadcasting)



**OLEH**

**DJORDAN PASYAH**

**07031381924171**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**ANALISIS WACANA BERBASIS KORPUS KOMENTAR  
PENGGUNA *YOUTUBE* PADA KONTEN *REVIEW*  
*SMARTPHONE* APPLE IPHONE 14 PRO *CHANNEL*  
“GADGETIN” DI INDONESIA**

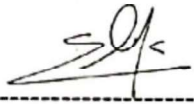
**SKRIPSI  
OLEH**

**DJORDAN PASYAH  
07031381924171**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 27 Juli 2023  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**


**KOMISI PENGUJI**

Erlisa Saraswati, S. KPM., M. Sc  
NIP. 199209132019032015  
**Ketua Penguji**



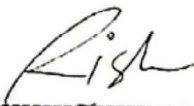
---

Annisa Rahmawati, S. I. Kom., M. I. Kom  
NIP. 199209292020122014  
**Sekretaris Penguji**



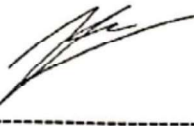
---

Farisha Sestri Musdalifah, S. Sos., M. Si  
NIP. 199309052019032019  
**Penguji**



---

M. Hidayatul Ilham, S.I.P., M.I.Kom  
NIP. 199410112022031009  
**Penguji**



---



**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**ANALISIS WACANA BERBASIS KORPUS KOMENTAR  
PENGGUNA *YOUTUBE* PADA KONTEN *REVIEW*  
*SMARTPHONE* APPLE IPHONE 14 PRO CHANNEL  
“GADGETIN” DI INDONESIA**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh

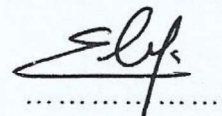
**DJORDAN PASYAH**

**07031381924171**

Pembimbing I

Erlisa Saraswati, S. KPM., M. Sc  
NIP. 199209132019032015

Tanda Tangan

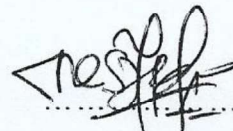


Tanggal

05-07-23

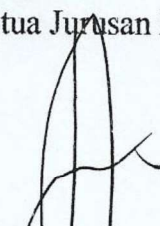
Pembimbing II

Annisa Rahmawati, S. I. Kom., M. I. Kom  
NIP. 199209292020122014



17-07-2023

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Djordan Pasyah  
NIM : 07031381924171  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 28 Februari 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **ANALISIS WACANA BERBASIS KORPUS KOMENTAR PENGGUNA YOUTUBE PADA KONTEN REVIEW SMARTPHONE APPLE IPHONE 14 PRO CHANNEL “GADGETIN” DI INDONESIA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,  
Yang membuat pernyataan,



Djordan Pasyah  
NIM. 07031381924171

## **MOTTO**

“DUNIA INI PENUH DENGAN ORANG-ORANG BAIK.  
APABILA KAMU TIDAK MENEMUKANNYA, MAKA JADILAH SALAH  
SATUNYA”

*(Unknown)*

## ABSTRAK

“GadgetIn” merupakan salah satu kanal pada *platform Youtube* asal Indonesia yang mengulas berbagai produk teknologi seperti *smartphone, gadget, laptop*, monitor dan lain-lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wacana dengan bantuan linguistik korpus, untuk mengetahui dan mengidentifikasi frekuensi, konkordansi, dan kolokasi kemunculan kata-kata dominan dalam kolom komentar konten kanal “GadgetIn” dengan judul video “TERLALU BAGUS – *Review iPhone 14 Pro Indonesia*” dan menggunakan metode penelitian campuran. Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam periode 29 September 2022 – 20 Mei 2023, tercatat 42.334 kata yang digunakan terdeteksi oleh perangkat lunak AntConc dari semua komentar yang berjumlah sebanyak 5.000 komentar. Kata berkonotasi positif atau netral yang terpilih untuk dianalisis memiliki frekuensi 996 kata, sedangkan kata berkonotasi negatif yang terpilih untuk dianalisis memiliki frekuensi 273 kata. Hasil penelitian menunjukkan, pada umumnya pengguna media sosial *Youtube* yang berkomentar pada konten *review smartphone* Apple iPhone 14 Pro di kanal “GadgetIn” cenderung membicarakan produk iPhone 14 Pro dengan menggunakan kata berkonotasi positif dibandingkan kata dengan konotasi negatif.

**Kata Kunci : Analisis Wacana berbasis Korpus, Wacana, Youtube, GadgetIn, Konten ulasan, iPhone 14 Pro.**

**Pembimbing I**



**Erlisa Saraswati, S. KPM., M. Sc**

**NIP. 199209132019032015**

**Pembimbing II**



**Annisa Rahmawati, S. I. Kom., M. I. Kom**

**NIP. 199209292020122014**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M. Si**

**NIP. 196406061992031001**



## **ABSTRACT**

"GadgetIn" is one of the channels on the Youtube platform from Indonesia that reviews various technology products such as smartphones, gadgets, laptops, monitors and others. This study aims to analyze discourse with the help of corpus linguistics, to find out and identify the frequency, concordance, and collocation of the appearance of dominant words in the comment column of the "GadgetIn" channel content with the video title "TERLALU BAGUS – Review iPhone 14 Pro Indonesia" and using mixed research methods. Based on the analysis conducted in the period September 29, 2022 – May 2023, 42,334 words used were detected by the AntConc software, from all comments totaling 5.000 comments. The positive or neutral connotation words selected for analysis had a frequency of 996 words, while the negative connotation words selected for analysis had a frequency of 273 words. The results of the study showed, in general, Youtube social media users who commented on Apple iPhone 14 Pro smartphone review content on the "GadgetIn" channel tended to talk about iPhone 14 Pro products using words with positive connotations rather than words with negative connotations.

**Keywords:** *Corpus-assisted Discourse Analysis, Discourse, Youtube, GadgetIn, Review content, iPhone 14 Pro.*

*Advisor I*



**Erlisa Saraswati, S. KPM., M. Sc**

**NIP. 199209132019032015**

*Advisor II*



**Anaisa Rahmawati, S. I. Kom., M. I. Kom**

**NIP. 199209292020122014**

*Head of Communication Science Department*



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M. Si**

**NIP. 196406061992031001**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **ANALISIS WACANA BERBASIS KORPUS KOMENTAR PENGGUNA *YOUTUBE* PADA KONTEN *REVIEW SMARTPHONE APPLE IPHONE 14 PRO CHANNEL* “GADGETIN” DI INDONESIA.**

Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Penyiaran (*Broadcasting*) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I. Kom., M.Si selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Erlisa Saraswati, S. KPM., M. Sc selaku Dosen pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, serta motivasi selama penulis membuat skripsi.
5. Ibu Annisa Rahmawati, S. I. Kom., M. I. Kom selaku Dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, serta motivasi selama penulis membuat skripsi.
6. Ibu Rindang Senja Andarini S. I. Kom., M. I. Kom selaku Dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.



7. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi.

Palembang, Mei 2023

Djordan Pasyah

NIM. 07031381924171

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Manfaat Praktis .....	14
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Wacana dan Analisis Wacana.....	16
2.1.2 Analisis Wacana berbasis Korpus.....	20
2.1.3 Media .....	22

2.1.4 Media sosial .....	23
2.1.5 Media sosial <i>Youtube</i> .....	24
2.1.6 Analisis Wacana berbasis Korpus dan Media Sosial <i>Youtube</i> .....	26
2.1.7 Analisis Wacana berbasis Korpus pada kolom komentar konten video <i>Youtube</i> .....	27
2.2 Kerangka Teori.....	28
2.2.1 <i>Corpus-Driven Theory</i> dari John Sinclair.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran .....	32
2.4 Penelitian Terdahulu.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Desain Penelitian .....	39
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	40
3.3 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel .....	42
3.3.1 Unit Analisis .....	42
3.3.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.4 Data dan Sumber Data.....	44
3.4.1 Data.....	44
3.4.2 Sumber Data .....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	46
3.7 Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>49</b>
4.1 <i>Channel Youtube “GADGETIN”</i> .....	49
4.2 Perusahaan “APPLE INC.” .....	51
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
5.1 Temuan Penelitian .....	54

5.2 Hasil Analisis Frekuensi.....	56
5.3 Hasil Analisis Konkordansi.....	58
5.3.1 Analisis Konkordansi kata “ANDROID” .....	60
5.3.2 Analisis Konkordansi kata “APPLE” .....	67
5.3.3 Analisis Konkordansi kata “KAMERA” .....	75
5.3.4 Analisis Konkordansi kata “DAVID” .....	81
5.3.5 Analisis Konkordansi kata “ <i>DYNAMIC</i> ” .....	86
5.3.6 Analisis Konkordansi kata “INOVASI” .....	90
5.3.7 Analisis Konkordansi kata “TOMPEL” .....	97
5.3.8 Analisis Konkordansi kata “MAHAL” .....	103
5.3.9 Analisis Konkordansi kata “MENDING” .....	107
5.3.10 Analisis Konkordansi kata “RUSAK” .....	111
5.3.11 Analisis Konkordansi kata “GENGSI” .....	114
5.3.12 Analisis Konkordansi kata “ <i>GIMMICK</i> ” .....	117
5.4 Hasil Analisis Kolokasi .....	119
5.4.1 Analisis Kolokasi kata “ANDROID” .....	120
5.4.2 Analisis Kolokasi kata “APPLE” .....	124
5.4.3 Analisis Kolokasi kata “KAMERA” .....	128
5.4.4 Analisis Kolokasi kata “DAVID” .....	132
5.4.5 Analisis Kolokasi kata “ <i>DYNAMIC</i> ” .....	134
5.4.6 Analisis Kolokasi kata “INOVASI” .....	136
5.4.7 Analisis Kolokasi kata “TOMPEL” .....	139
5.4.8 Analisis Kolokasi kata “MAHAL” .....	142
5.4.9 Analisis Kolokasi kata “MENDING” .....	144
5.4.10 Analisis Kolokasi kata “RUSAK” .....	147
5.4.11 Analisis Kolokasi kata “GENGSI” .....	149

5.4.12 Analisis Kolokasi kata “ <i>GIMMICK</i> ” .....	151
5.5 Diskusi Penelitian.....	153
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>167</b>
6.1 Kesimpulan.....	167
6.2 Saran.....	169
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>171</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>174</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Kerangka Berpikir.....	33
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional .....	41
Tabel 3.2 Tabel Unit Analisis .....	43
Tabel 5.1 Tabel Frekuensi konotasi Netral atau Positif.....	57
Tabel 5.2 Tabel Frekuensi konotasi Negatif .....	57
Tabel 5.3 Tabel Konkordansi kata Android.....	63
Tabel 5.4 Tabel Konkordansi kata Apple .....	70
Tabel 5.5 Tabel Konkordansi kata Kamera.....	77
Tabel 5.6 Tabel Konkordansi kata David .....	83
Tabel 5.7 Tabel Konkordansi kata <i>Dynamic</i> .....	88
Tabel 5.8 Tabel Konkordansi kata Inovasi .....	93
Tabel 5.9 Tabel Konkordansi kata Tompel.....	100
Tabel 5.10 Tabel Konkordansi kata Mahal .....	105
Tabel 5.11 Tabel Konkordansi kata Mending.....	109
Tabel 5.12 Tabel Konkordansi kata Rusak .....	113
Tabel 5.13 Tabel Konkordansi kata Gengsi.....	115
Tabel 5.14 Tabel Konkordansi kata <i>Gimmick</i> .....	118
Tabel 5.15 Tabel Kolokasi kata Android .....	121
Tabel 5.16 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Android .....	123
Tabel 5.17 Tabel Kolokasi kata Apple.....	125
Tabel 5.18 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Apple.....	127
Tabel 5.19 Tabel Kolokasi kata Kamera.....	129
Tabel 5.20 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Kamera.....	131
Tabel 5.21 Tabel Kolokasi kata David.....	133

Tabel 5.22 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata David.....	134
Tabel 5.23 Tabel Kolokasi kata <i>Dynamic</i> .....	135
Tabel 5.24 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata <i>Dynamic</i> .....	136
Tabel 5.25 Tabel Kolokasi kata Inovasi.....	137
Tabel 5.26 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Inovasi.....	138
Tabel 5.27 Tabel Kolokasi kata Tompel.....	139
Tabel 5.28 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Tompel .....	141
Tabel 5.29 Tabel Kolokasi kata Mahal .....	142
Tabel 5.30 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Mahal .....	144
Tabel 5.31 Tabel Kolokasi kata Mending.....	145
Tabel 5.32 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Mending.....	146
Tabel 5.33 Tabel Kolokasi kata Rusak .....	147
Tabel 5.34 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Rusak.....	148
Tabel 5.35 Tabel Kolokasi kata Gengsi .....	150
Tabel 5.36 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata Gengsi .....	151
Tabel 5.37 Tabel Kolokasi kata <i>Gimmick</i> .....	152
Tabel 5.38 Tabel Konkordansi dari Kolokasi kata <i>Gimmick</i> .....	153



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo <i>Channel</i> dan Jumlah pelanggan “GadgetIn”.....	4
Gambar 1.2 Pembuat konten <i>channel</i> “GadgetIn”/ David sedang melakukan <i>review</i> pada produk <i>smartphone</i> iPhone.....	5
Gambar 1.3 Konten <i>Youtube</i> dari <i>Channel</i> “GadgetIn” terkait produk <i>smartphone</i> iPhone .....	6
Gambar 1.4 Produk <i>smartphone</i> Apple iPhone 14 Pro .....	7
Gambar 1.5 iPhone menjadi produk terlaris pada 2022 menurut Kompas.com .....	9
Gambar 1.6 Jumlah Komentar pada Konten “TERLALU BAGUS – <i>REVIEW</i> iPhone 14 Pro Indonesia” .....	11
Gambar 4.1 Tampilan depan kanal “GadgetIn” di <i>platform Youtube</i> .....	49
Gambar 4.2 David dan Ekbal mengulas produk gadget bersama .....	50
Gambar 4.3 Logo perusahaan Apple Inc.....	51
Gambar 4.4 Foto Apple Park/Perusahaan Apple saat ini.....	52
Gambar 4.5 Berbagai lini produk keluaran Apple Inc .....	52
Gambar 5.1 Proses pengumpulan data kolom komentar dengan menggunakan Octoparse .....	54
Gambar 5.2 Jumlah seluruh kata dalam kolom frekuensi yang terdeteksi Antconc .....	56
Gambar 5.3 Potret fitur <i>Dynamic Island</i> pada iPhone 14 Pro.....	86

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data pengguna media sosial dunia per Januari 2023 .....	3
Grafik 1.2 Top 3 <i>Reviewer</i> Gadget menurut Liputan6.com periode Oktober 2022.....	6
Grafik 1.3 Aspek yang membuat pengguna tetap setia pada produk iPhone .....	8

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan zaman yang cukup pesat dan bermunculannya berbagai teknologi modern beberapa tahun terakhir, teknologi komunikasi tentunya menjadi hal penting di dalam kehidupan kita sehari-hari, yang menjadikan internet paling diminati oleh masyarakat (Sari et al., 2018). Pemahaman terkait teknologi komunikasi yang telah berkembang seperti saat ini, juga tidak terlepas dari perhatian ahli komunikasi, salah satunya Everett M. Rogers (dalam Kurnia, 2005) yang mendefinisikan teknologi komunikasi adalah perangkat keras dalam struktur organisasi, mencakup nilai-nilai sosial, yang memungkinkan seseorang dapat memproses, mengumpulkan, dan melakukan pertukaran informasi dengan individu lainnya.

Dengan demikian, definisi dari Rogers telah menunjukkan berbagai karakteristik dari teknologi komunikasi, diantaranya berkaitan dengan perangkat keras, sesuatu yang muncul dalam struktur sosial, ekonomi, hingga politik, membawa nilai-nilai tertentu, dan berhubungan dengan perangkat keras dalam bidang komunikasi. Oleh sebab itu, pemaknaan ini dapat terjadi dikarenakan masyarakat dunia pada saat ini sudah memasuki tahapan ke dalam masyarakat informasi, yang mana informasi akan menjadi kebutuhan yang mutlak bermakna strategis dan bernilai ekonomis, sehingga masyarakat akan mudah mendapatkan informasi, dengan sirkulasi sosial budaya di berbagai saluran media yang telah tersedia pada saat ini (Kurnia, 2005).

Masyarakat Informasi, saat ini dapat dikatakan hampir tidak mungkin, tidak terkena oleh paparan media yang merupakan salah satu produk dari perkembangan teknologi komunikasi. Dengan adanya perkembangan zaman yang semakin pesat, pada awalnya media komunikasi hanya dapat menyampaikan informasi secara satu arah, namun seiring dengan perkembangan zaman, orang awam tidak hanya sekedar menikmati konten yang beredar dari media yang memaparkan informasi padanya,

akan tetapi mereka akan sudah bisa ikut serta dalam mengisi konten dari berbagai media yang sudah banyak tersedia seperti pada saat ini (Watie, 2011).

Berkembang dan muncul nya teknologi internet, ternyata membawa cara komunikasi terbaru di dalam lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, media sosial tentunya hadir dalam merubah paradigma komunikasi pada saat ini, yang mana media sosial ini tidak terbatas akan jarak, ruang, dan waktu, yang bisa terjadi kapan saja dan dimana saja yang tentunya dapat dilakukan oleh seseorang tanpa harus melakukan tatap muka secara langsung pada individu lainnya. Selanjutnya, komunikasi juga memudahkan kita dalam melakukan pencarian dan menerima pesan atau informasi yang kita butuhkan dengan teknologi komunikasi modern, seperti *smartphone*, *Tablet*, dan *Laptop*.

Berdasarkan hal tersebut, dengan bermodalkan *smartphone* saja, tentunya masyarakat sudah bisa mengakses informasi dan berkomentar terkait fenomena apapun di dalam jaringan internet, melalui berbagai media seperti pada portal berita online, media sosial, hingga new media lainnya. Berdasarkan data, jumlah populasi Negara Indonesia terhitung sebanyak 256,4 juta orang, dan diantaranya sebanyak 130 juta orang atau kurang lebih 49 persen merupakan pemakai internet atau pengguna aktif sosial media (Anggraeni dalam Hidayat et al., 2019).

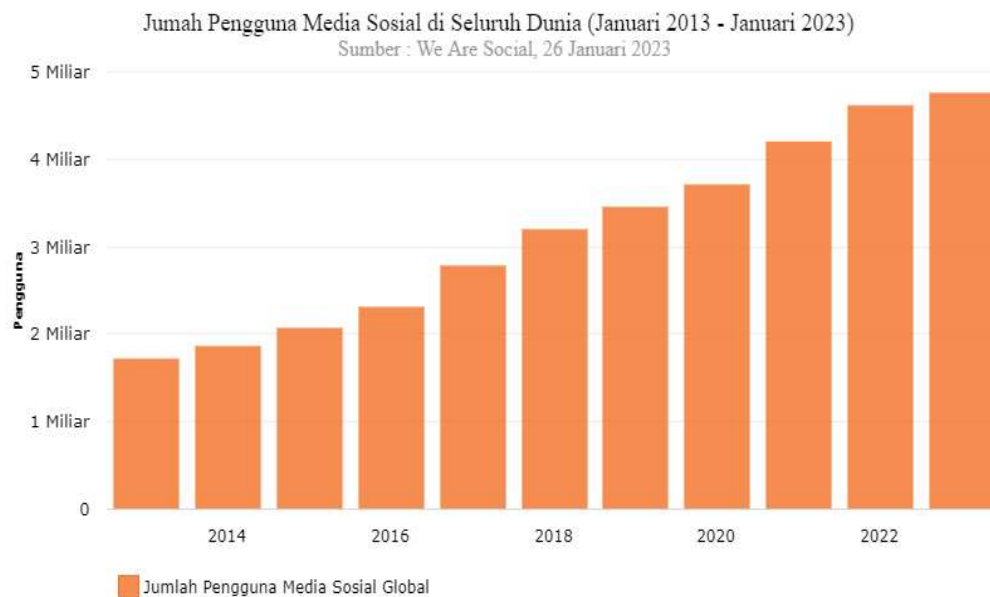
Media sosial merupakan sebuah medium yang terdapat pada teknologi internet, yang memungkinkan para penggunanya dapat berinteraksi, mempresentasikan dirinya, berbagi informasi, dan berkomunikasi secara sosial (Puspitarini, et al., 2019). Banyak sekali berbagai jenis media sosial yang pada saat ini dikenal oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Berdasarkan rangkuman yang dilakukan oleh media portal berita yaitu “Liputan6.com” dari berbagai sumber pada kuartal ketiga 2021, media sosial yang paling diminati atau sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah diantaranya *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *TikTok*, dan *Whatsapp* (Liputan6.com, 2021).

Berdasarkan data yang dilansir dari situs “Katadata.co.id” yang mengutip laporan data dari “We are social dan HootSuite”, penggunaan media sosial dunia selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, di mana pada tahun 2023 peningkatan terjadi sebanyak 3% dari tahun 2022. Media sosial *Youtube* merupakan

salah satu situs dengan peringkat kedua yang kerap paling banyak dikunjungi pengguna atau masyarakat aktif internet di seluruh dunia, terhitung sebanyak 2,51 Miliar pengguna aktif pada periode Januari 2023 (Katadata.co.id, 2023).

**Grafik 1.1**

**Data pengguna media sosial dunia per Januari 2023**



Dkatadata.co.id

databoks

Sumber : (Katadata.co.id, 2023).

Selanjutnya, di Indonesia rata-rata kunjungan situs *Youtube* terhitung beberapa tahun terakhir, penggunaannya terus semakin meningkat hingga 504,4 juta/bulan dan tergolong sebagai media sosial paling aktif di Indonesia (Datareportal.com dalam Hidayat, et al., 2019). Media sosial *Youtube* adalah salah satu media sosial yang memungkinkan para pengguna dapat berbagi konten berupa video dengan berbagai tema, isi, serta topik kepada antar sesama penggunanya (Hidayat, et al., 2019).

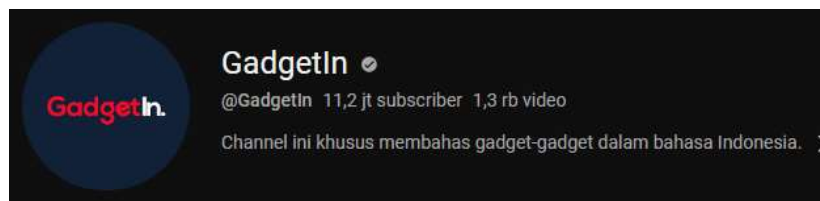
Sementara itu, sebagai media sosial yang berbasis konten video, media ini juga kerap memiliki fitur seperti media sosial lainnya, yaitu tanggapan kolom komentar yang memungkinkan para penggunanya dapat berkomentar pada video yang diposting oleh pengguna lainnya, seperti penyampaian saran dan pendapat terhadap video yang baru saja mereka akses. Selanjutnya, setiap tanggapan yang

disampaikan oleh pengguna pada kolom komentar, juga dapat dapat ditanggapi lagi oleh pengguna lainnya, kemudian, terdapat juga tombol suka dan tidak suka, yang bisa di klik oleh pengguna dengan bebas, sebagai salah satu fitur tanggapan terhadap video yang sedang diakses.

Pada penelitian kali ini, peneliti memilih salah satu pengguna *Youtube* dengan nama *channel* “GadgetIn”, sebagai pembuat konten/*content creator* untuk meneliti wacana yang tercipta pada kolom komentar salah satu konten video yang ia buat, dengan judul “TERLALU BAGUS – *REVIEW* iPhone 14 Pro Indonesia. *Channel* “GadgetIn” merupakan salah satu *channel* yang membahas seputar alat teknologi *Gadget* atau *Smartphone*.

### Gambar 1.1

#### Logo *channel* dan Jumlah pelanggan “GadgetIn”



Sumber : (*Youtube/@gadgetin.com*, 2023).

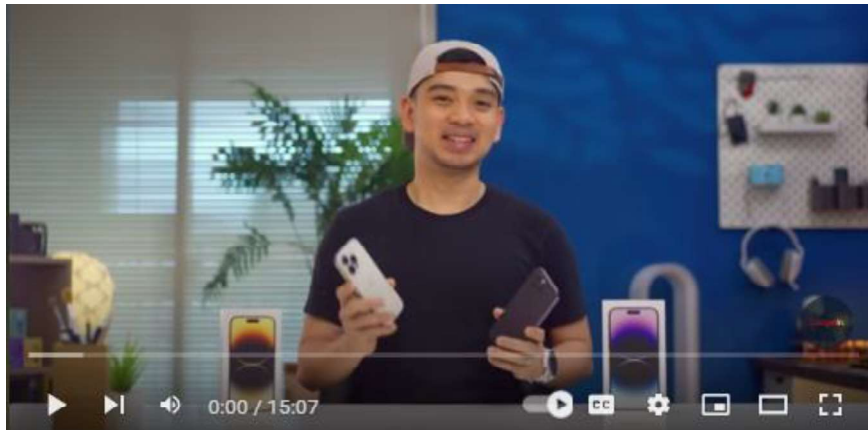
Pada dasarnya, pemilihan konten video yang akan di analisis oleh peneliti, dengan judul “TERLALU BAGUS – *REVIEW* iPhone 14 Pro Indonesia” tentunya memiliki beberapa alasan untuk diteliti dibandingkan video lainnya, yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti ingin membatasi objek penelitian dan cenderung akan berfokus pada produk *smartphone* iPhone 14 Pro saja, agar pembahasan penelitian tidak terlalu meluas pada produk dan tipe lainnya.
2. iPhone 14 Pro merupakan produk *smartphone* terbaru dari perusahaan Apple, sehingga wacana dan data yang akan didapatkan oleh peneliti juga masih tergolong baru.
3. Terhitung 3 bulan rilisnya konten tersebut dari *channel* “GadgetIn”, konten tersebut sudah memiliki 3,3 juta penonton dan 4,5 ribu komentar dan akan terus bertambah setiap harinya. Oleh sebab itu, hal ini menyakinkan peneliti

jika data yang dibutuhkan untuk menganalisis wacana sudah lebih dari cukup.

### Gambar 1.2

#### Pembuat konten *channel* “GadgetIn”/ David sedang melakukan *review* pada produk *smartphone* iPhone



Sumber : (Youtube.com/@gadgetin.com, 2023)

Selanjutnya, di *channel*, ini banyak sekali jenis konten yang beragam diantaranya ialah konten *Unboxing*, *Review*, dan *Vlog* Teknologi yang dimiliki oleh David Brendi, selaku pemilik *channel* Youtube tersebut. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memilih *channel* “GadgetIn” sebagai objek penelitian, tentunya memiliki beberapa alasan, yaitu sebagai berikut :

1. *Channel* “GadgetIn” merupakan *channel* yang membahas teknologi seputar *gadget* atau *smartphone* dalam bahasa Indonesia, sehingga penonton khususnya di Indonesia, dapat mudah dalam memahami isi konten yang buat oleh *channel* tersebut.
2. *Channel* “GadgetIn” merupakan *channel* yang membahas teknologi seputar *gadget* atau *smartphone* berbagai merek resmi di Indonesia, di mana berbagai produsen teknologi tersebut setiap bulan atau tahunnya, akan terus mengeluarkan produk baru, sehingga konten yang dibuat oleh *channel* tersebut, akan lebih terkesan variatif, dikarenakan produk yang akan di ulas akan pada setiap kontennya akan berbeda-beda tipe dan merk.
3. *Channel* ini telah memperoleh banyak pelanggan dalam beberapa tahun terakhir, terhitung Agustus 2023, *channel* ini sudah mendapat 11,2 juta pelanggan, yang menandakan *channel* tersebut sudah cukup dikenal oleh



masyarakat dan menyakinkan peneliti, jika *channel* tersebut merupakan *channel* kepercayaan masyarakat dalam hal penyampaian informasi seputar *Gadget* atau *Smartphone* terkhususnya di Indonesia.

**Gambar 1.3**

**Konten Youtube dari Channel “GadgetIn” terkait produk smartphone iPhone**



Sumber : (*Youtube.com/@gadgetin.com*, 2023)

4. Dilansir dari kanal berita ‘Liputan6.com’, *channel* “GadgetIn” menempati Top 3 Youtuber Gadget di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan oleh data dari “Social Blade”, di mana kanal “GadgetIn” telah memegang posisi pertama yang telah memiliki 9,93 Juta pelanggan, dan diikuti dengan posisi kedua dipegang oleh kanal “Dhiarcom”, yang memiliki 2,2 Juta pelanggan dan posisi ketiga oleh kanal “Sobat Hape” yang memiliki 1,03 Juta pelanggan periode Oktober 2022. Berikut adalah perolehan data dalam gambar “Top 3 review Gadget menurut Liputan6.com” sebagai berikut :

**Grafik 1.2**

**Konten Youtube dari Channel “GadgetIn” terkait produk smartphone iPhone**



Sumber : (*Liputan6.com*, 2022), Diolah oleh peneliti

Dengan demikian, pada judul konten video “TERLALU BAGUS – *REVIEW* iPhone 14 Pro Indonesia”, konten tersebut merupakan konten ulasan terkait produk *smartphone* iPhone 14 Pro, yang mana David selaku *reviewer* menjadi pengulas dari produk tersebut. Kemudian, pada konten tersebut, David menyebutkan berbagai keunggulan dan kelemahan dari produk tersebut baik dari segi Performa kamera, Kecepatan *processor*, fitur, dan lain sebagainya.

**Gambar 1.4**  
**Produk *smartphone* Apple iPhone 14 Pro**



Sumber : (Kompas.com, 2023)

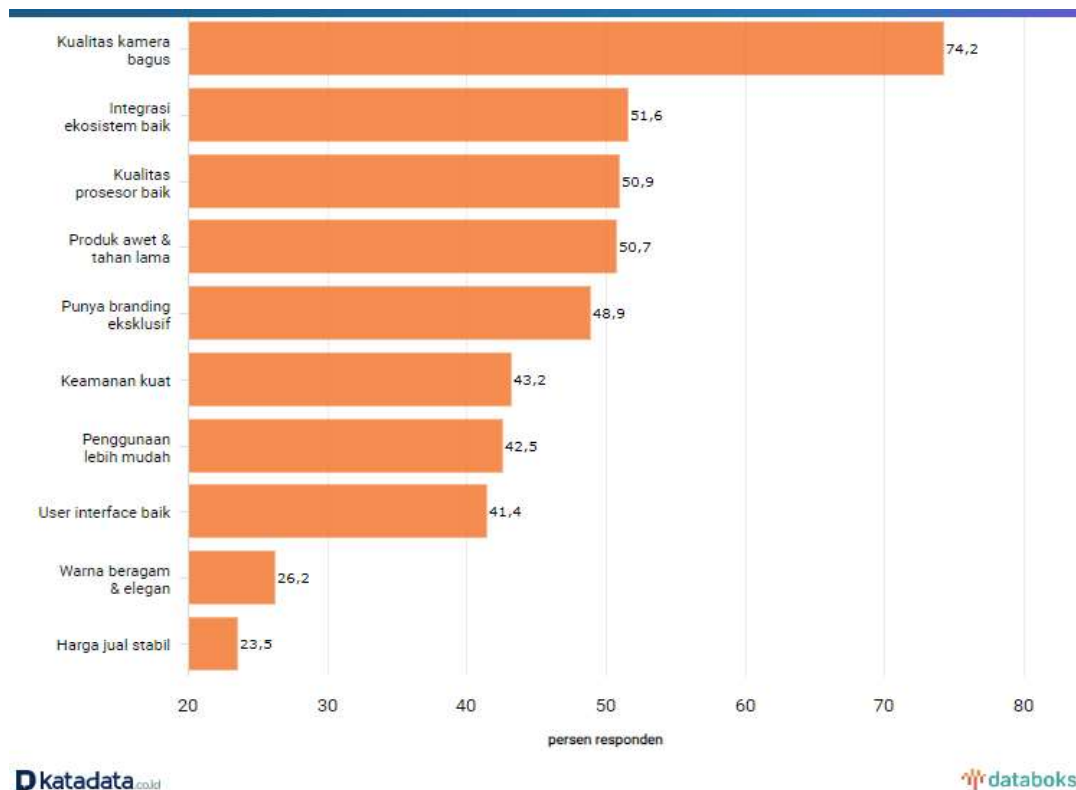
Sementara itu, peneliti memilih produk *smartphone* “iPhone” sebagai objek penelitian, tentunya memiliki beberapa alasan yaitu, sebagai berikut :

1. Apple sebagai induk perusahaan teknologi yang cukup besar di dunia, baru merilis *smartphone* baru dengan seri iPhone 14 secara global pada 8 September 2022, hal ini tentunya bisa saja menyebabkan munculnya berbagai pendapat dari masyarakat, yang dapat kita temukan pada media yang membahas terkait topik tersebut, misalnya kolom komentar konten media sosial *Youtube*, dengan jenis konten *Unboxing* dan *Review* gadget, seperti pada *channel* “GadgetIn”.
2. Produk *smartphone* khususnya merk iPhone dari Apple, tentunya memiliki perbedaan dengan produk merk lainnya, perbedaan utama terletak pada sistem operasi. iPhone menggunakan sistem operasi milik mereka sendiri yaitu iOS, berbeda dengan merk kompetitor yang dominan menggunakan sistem operasi Android yang merupakan besutan dari Google seperti pada merk Samsung dan Xioami.

3. Berdasarkan data kuesioner yang di dapatkan dari katadata.co.id, terhitung pada kuartal ketiga 2022, pengguna produk *smartphone* iPhone mengaku setia menggunakan produk tersebut dikarenakan beberapa aspek, salah satunya ialah kualitas kamera cukup baik. Berikut adalah data kuesioner yang berhasil peneliti dapatkan dari Katadata.co.id :

**Grafik 1.3**

**Aspek yang membuat pengguna tetap setia pada produk iPhone**



Sumber : (Katadata.co.id, 2022).

4. Dilansir dari portal berita Kompas.com, produk *smartphone* apple iPhone ternyata menjadi salah satu produk yang mendominasi dan menjadi *Handphone* terlaris sepanjang 2022 di dunia. Hal tersebut telah dipublikasikan oleh firma riset pasar *smartphone* *Counterpoint research global*, di mana model yang memasuki produk terlaris diantaranya ialah iPhone seri 13, 13 Pro Max, 14 Pro Max, hingga iPhone 12. Pada dasarnya, produk iPhone ini tercatat sebagai produk yang paling laku di pasar dunia dengan menyumbang sebanyak 28 persen dari penjualan iPhone secara

keseluruhan pada tahun 2022 dan merupakan penilaian tertinggi dibandingkan pada tahun-tahun sebelumnya.

### Gambar 1.5

#### iPhone menjadi produk terlaris pada 2022 menurut Kompas.com



Sumber : (Kompas.com, 2023).

Selanjutnya, komentar yang di dapatkan dari konten ini telah mencapai 4,5-5 ribu komentar, dan nantinya peneliti akan melakukan analisis wacana pada kolom komentar konten tersebut. Dengan adanya fitur kolom komentar dan kemudahan dalam mengakses informasi di internet pada media sosial *Youtube*. Hal tersebut dapat menyebabkan pengguna dapat memberikan berbagai pendapat pribadi mereka serta membangun kewacanaan yang dipicu oleh video yang mereka akses oleh salah satu pengguna.

Pada dasarnya, penelitian ini digunakan untuk mengeksploitasi, mengetahui atau mengidentifikasi bagaimana produk iPhone 14 Pro dibicarakan oleh kelompok tertentu atau seseorang dalam *platform* media sosial *Youtube* di tahun 2022-2023. Oleh karena itu, dibutuhkan penggunaan teknik analisis wacana berbasis korpus guna mengetahui atau mengidentifikasi berbagai permasalahan di dalam wacana yang muncul dalam korpus.

Selanjutnya, untuk saat ini permasalahan bisa saja muncul dari suatu wacana, dikarenakan wacana merupakan salah satu konsep yang terbentuk secara sistematis yang meliputi pandangan, ide, maupun opini yang dapat mempengaruhi

pola pikir serta cara bertindak seseorang (Foucault dalam Silaswati, 2019). Dengan demikian, dalam menganalisis wacana terkait konten review *smartphone* iPhone 14 Pro ini, media menjadi salah satu sarana yang digunakan sebagai wadah untuk mengumpulkan atau mengetahui kemungkinan masih adanya atau tidak, tindak tutur tidak sesuai atau tidak relevan, diskriminasi, hingga stereotipe yang terjadi terhadap produk, kelompok, maupun orang lain melalui kolom komentar konten *review smartphone* iPhone 14 Pro kanal “GadgetIn”.

Permasalahan yang muncul dalam penelitian ini, diperkirakan memungkinkan disebabkan oleh beberapa poin penting berikut, diantaranya :

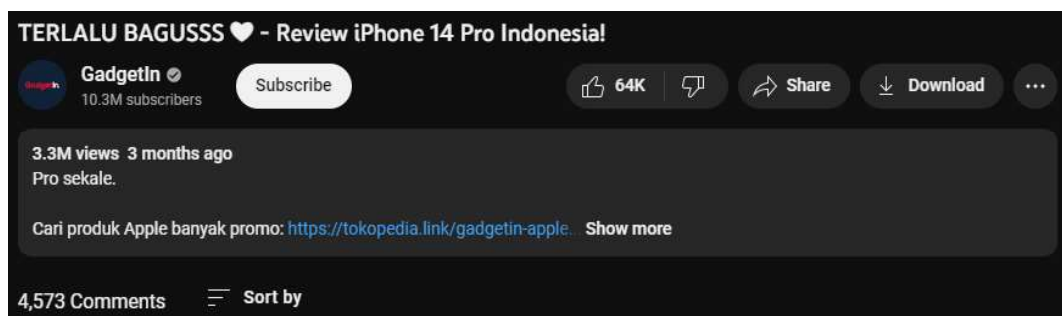
1. Ada kemungkinan keterkaitan ketidaksesuaian kegunaan isi konten ulasan : Ketidaksesuaian yang muncul dalam isi konten atau seberapa relevan maksud dari isi konten yang dibuat, dapat menjadi pertimbangan kebutuhan bagi berbagai pengguna. Hal tersebut akan menjadi tolak ukur seberapa relevan isi dari konten ulasan yang dapat ditemukan dalam kolom komentar konten *review smartphone* iPhone 14 Pro.
2. Ada kemungkinan ulasan yang tidak netral yang dirasakan oleh penonton : Hal tersebut dapat memunculkan kesalahpahaman antara penonton dan pembuat konten, untuk mengidentifikasi hal tersebut, analisis wacana dalam kolom komentar diperlukan, apakah hal tersebut terjadi atau tidak dalam konten yang ditunjukkan.
3. Ada kemungkinan kualitas isi konten yang terbilang kurang kredibilitas : Hal ini dapat menjadi permasalahan yang disebabkan kemungkinan adanya ulasan yang dibuat terkesan kurang mendalam atau lengkap yang memungkinkan hanya berfokus pada aspek tertentu saja tanpa memperhatikan aspek lainnya yang tergolong penting untuk diulas.
4. Ada kemungkinan perbandingan dengan produk kompetitor yang terkesan kurang adil : Kemungkinan pada poin ini dapat menjadi permasalahan yang cukup penting, dikarenakan dengan adanya kemungkinan ulasan perbandingan produk yang kurang adil, hal tersebut dapat mempengaruhi

kredibilitas dari kanal “GadgetIn” atau kejujuran penilaian produk begitu juga dengan konten ulasan lainnya.

Studi ini mendeskripsikan dan mengeskplotasi wacana dari kolom komentar konten *review* dari kanal Youtube “GadgetIn” dengan judul “TERLALU BAGUS – *REVIEW* IPHONE 14 PRO INDONESIA” dengan jumlah komentar teridentifikasi sebanyak 5.000 komentar. Pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti pada semua komentar konten *review*, dalam rentan waktu pertama kali konten tersebut di *upload* oleh kanal “GadgetIn”, pada periode per tanggal 29 September 2022 – 20 Mei 2023.

### Gambar 1.6

#### Jumlah komentar pada konten “TERLALU BAGUS – *REVIEW* iPhone 14 Pro Indonesia”



Sumber : (*Youtube/@gadgetin.com*, 2022).

Wacana akan dilihat sebagai teks yang merupakan data maupun objek terbuka bagi pembacaan dan penafsiran yang beragam. Kemudian, ciri lain dari wacana adalah kemampuannya yang menjadikan satu himpunan, sehingga dapat berfungsi sebagai pembentukan dan pelestarian hubungan yang ada pada masyarakat. Wacana akan dipahami sebagai bentuk dan unit dari suatu interaksi yang menjadi perilaku serta bagian dari linguistis sehari-hari, akan tetapi wacana juga dapat muncul secara bersamaan dalam lingkup institusional.

Menurut Van Dijk (dalam Silaswati, 2019) Wacana merupakan suatu teks yang berada pada tuturan dan situasi, teks dalam konteks, terkandung makna konteks yang lebih luas di dalamnya. Selanjutnya, Peneliti menjadi tertarik untuk meneliti wacana dan penelitian ini nantinya akan dianalisis dengan menggunakan

metode berbasis korpus untuk mengetahui bagaimana wacana yang tercipta akibat konten yang di buat salah satu *content creator*. Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah Analisis wacana dengan menggunakan bantuan korpus atau *Corpus Assisted Discourse Studies (CADS)*.

Pada dasarnya, metode ini cenderung berusaha untuk mendeskripsikan serta mengungkapkan suatu wacana tertentu dengan menggunakan bantuan korpus (Baker dalam Eriyanto, 2022). Menurut Crawford dan Csomay (2016), menjelaskan, korpus merupakan kumpulan dari berbagai teks yang digunakan untuk membuat pernyataan tentang penggunaan bahasa atau kata untuk memahami bagaimana orang menggunakan bahasa dalam beragam konteks.

Wacana yang telah ditentukan nantinya akan dianalisis dengan menggunakan metode *Corpus assisted discourse studies/CADS*, dengan tujuan untuk menunjukkan bagaimana konteks sosial yang dilihat berdasarkan studi kebahasaan pada sebuah wacana. Selanjutnya, wacana merupakan unit komunikasi yang terdiri atas satu atau lebih kalimat yang kerap membahas suatu topik tertentu, di mana wacana umumnya digunakan dalam menyampaikan opini serta evaluasi terkait produk atau layanan yang menjadi topik pembahasan. Hubungan kewacanaan di dalam konten *review* kerap menjadi penyajian informasi yang penting kepada pembaca mengenai kelebihan dan kelemahan produk.

Wacana kerap berfungsi sebagai alat persuasif yang menyakinkan pembaca dalam memilih produk yang tentunya telah diulas pada konten *review* agar pembaca dapat memahami berbagai kejelasan, keselarasan, dan konsistensi dalam penggunaan bahasa serta logika argumentasi penting dari ahlinya yang mana akan menjadi sangat penting dalam meraih tujuan utama dari wacana. Singkatnya wacana akan menjadi hal yang penting dalam pemberitahuan informasi kepada pembaca dalam membuat keputusan yang tepat seperti pembelian dan penggunaan produk serta pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan dari pembaca.

Dengan demikian, Metode analisis wacana berbasis korpus digunakan untuk mendeskripsikan dan pengungkapan wacana yang muncul di dalam lingkup kebahasaan dengan menggunakan korpus (Ancarno dalam Eriyanto, 2022). Selanjutnya, menurut Eriyanto (2022), analisis wacana dengan menggunakan



bantuan linguistik korpus memiliki tujuan yang ditentukan sesuai dengan dimensi atau elemen analisis korpus itu sendiri yaitu :

1. Untuk mengidentifikasi dan menghitung jumlah kata yang muncul di dalam korpus, dengan bantuan korpus peneliti dapat membangun korpus sesuai dengan tujuan penelitian seperti mengidentifikasi seberapa banyak kata-kata yang muncul di dalam sebuah korpus.
2. Untuk menemukan, mengidentifikasi, dan melihat berbagai konteks yang muncul dalam korpus. Konteks yang muncul dalam korpus dapat dilihat sesuai dengan kebutuhan penelitian, sehingga peneliti dapat menganalisis dan mengidentifikasi berbagai kata yang muncul dalam korpus ke dalam konteks atau situasi yang berbeda-beda.
3. Untuk menentukan dan mengidentifikasi berbagai hubungan atau asosiasi sebuah kata yang muncul dalam korpus terhadap kata lainnya dalam korpus, sehingga peneliti dapat menemukan apakah adanya sebuah kecenderungan pada kata yang muncul dalam korpus terhadap kata lainnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di bagian atas sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Bagaimana frekuensi penggunaan kata-kata yang paling dominan dalam kolom komentar konten *Channel* “GadgetIn” dengan judul video “TERLALU BAGUS – *Review* iPhone 14 Pro Indonesia”?
2. Bagaimana konkordansi penggunaan kata-kata yang paling dominan dalam kolom komentar konten *Channel* “GadgetIn” dengan judul video “TERLALU BAGUS – *Review* iPhone 14 Pro Indonesia”?
3. Bagaimana kolokasi penggunaan kata-kata yang paling dominan dalam kolom komentar konten *Channel* “GadgetIn” dengan judul video “TERLALU BAGUS – *Review* iPhone 14 Pro Indonesia”?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, tentunya akan mengacu pada rumusan masalah penelitian yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya yaitu, sebagai berikut :

1. Menganalisis dan mengidentifikasi frekuensi kemunculan kata-kata yang dominan dalam kolom komentar konten *Channel* “GadgetIn” dengan judul video “TERLALU BAGUS – *Review* iPhone 14 Pro Indonesia”.
2. Menganalisis dan mengidentifikasi konkordansi kemunculan kata-kata yang dominan dalam kolom komentar konten *Channel* “GadgetIn” dengan judul video “TERLALU BAGUS – *Review* iPhone 14 Pro Indonesia”.
3. Menganalisis dan mengidentifikasi kolokasi kemunculan kata-kata yang dominan dalam kolom komentar konten *Channel* “GadgetIn” dengan judul video “TERLALU BAGUS – *Review* iPhone 14 Pro Indonesia”.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber, gambaran dan penambahan wawasan dalam memahami bagaimana bentuk wacana terkait konten dan media sosial *Youtube* dalam menyediakan konten terkait produk *smartphone*. Oleh sebab itu, kajian ini juga diharapkan agar menjadi bahan bacaan serta diskusi, untuk menambah wawasan masyarakat terkait wacana tentang produk *smartphone* di dalam lingkup media sosial.

#### 1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi sumber pengetahuan, referensi, memperjelas, menjadi masukan di bidang akademik yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, serta memperkaya pengetahuan terkait kajian khususnya terkait linguistik korpus dan analisis wacana sebagai salah satu acuan untuk penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfetty, C. a. (2022). Attitude dan graduation pada cuplikan novel Rich People Problem dan novel terjemahan Masalah Orang Kaya: Analisis berbasis korpus. *Aksara: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 92-106.
- Annur, C. M. (2022, Desember 8). *Ada Berapa Pengguna Internet dan Media Sosial di Seluruh Dunia?* Retrieved Januari 2023, from Databooks.com: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/12/08/ada-berapa-pengguna-internet-dan-media-sosial-di-seluruh-dunia>
- Annur, C. M. (2022, September 26). *Apa yang Membuat Konsumen Setia Pakai iPhone? Ini Surveinya.* Retrieved Januari 2023, from Databooks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/26/apa-yang-membuat-konsumen-setia-pakai-iphone-ini-surveinya>
- Annur, C. M. (2023, Februari 7). *Pertumbuhan Melambat, Jumlah Pengguna Media Sosial Global Capai 4,76 Miliar hingga Awal 2023.* Retrieved Agustus 2023, from Databooks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/07/pertumbuhan-melambat-jumlah-pengguna-media-sosial-global-capai-476-miliar-hingga-awal-2023>
- Arlin, E. (2019, Februari 27). *Mengulas Youtube Channel "GadgetIn".* Retrieved from [Kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/esterarlin22/5c76497abde5753347678dd2/reviews-channel-youtube-gadgetin](https://www.kompasiana.com/esterarlin22/5c76497abde5753347678dd2/reviews-channel-youtube-gadgetin)
- Ayuni, D. P. (2021). Tindak tutur ekspresif pada kolom komentar akun Youtube Ngaji Filsafat. *Jurnal Ilmiah Korpus*, 267-268.
- Burhanuddin. (2022). Analisis pemahaman siswa terhadap kepenulisan teks eksposisi : Metode Campuran. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 2502-2503.
- Eriyanto. (2022). *Analisis Wacana Kritis Berbasis Korpus*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fadly, A. (2018). Pandangan terhadap pemerintah dalam karya sastra (Studi Wacana kritis berbasis Korpus). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8-9.
- Ghani, C. A. (2021). Studi Banding pendekatan Berbasis Korpus. *Linguistic International Journal*, 120-125.

- Hidayat, H. (2020). Analisis Tanggapan pengguna Youtube terhadap pidato presiden Joko Widodo : Analisis wacana berbasis Korpus. *Seminar Internasional Riska Bahasa XII*, 407-408.
- Irham, I. (2022). Wacana Imigran dan Pekerja Asing Di Indonesia: Studi Analisis Wacana Berbasis Linguistik Korpus. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Budaya*, 44-57.
- Jannah, N. I. (2022). Korpus "Perempuan" dalam jurnalperempuan.org : Analisis Wacana. *Warta Feminis Journal*, 10-29.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru : Implikasi terhadap teori komunikasi. *Dirjen Dikti*, 6, 291-292.
- Puspitarini, D. S. (2019). Pemanfaat media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3, 71-76.
- Puspitasari, D. A. (2022). Memotret Hoaks Covid-19 di Awal Pandemi Melalui Analisis Wacana Berbasis Linguistik Korpus. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 243-261.
- Rahman, A. F. (31, Januari 31). *Mengenal David Brendi, Sosok di Balik GadgetIn*. Retrieved from detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4408978/mengenal-david-brendi-sosok-di-balik-gadgetin>
- Riyanto, G. P. (2023, Maret 8). *iPhone Mendominasi, Jadi HP Terlaris Sepanjang 2022*. Retrieved from Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2023/03/08/19190037/iphone-mendominasi-jadi-hp-terlaris-sepanjang-2022?page=all>
- Sakti, P. (2020). Analisis wacana kritis dalam pemberitaan skandal X di channel Youtube BBC London. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 38-45.
- Sari, A. C. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal the messenger*, 1-3.
- Seftiani, D. S. (2022). Analisis Perbandingan motivasi belajar siswa pada pembelajaran jarak jauh : Studi menggunakan metode campuran. *Jurnal Basicedu*, 6412-6418.
- Silaswati, D. (2019). Analisis wacana kritis dalam pengkajian wacana. *Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, 12, 1-7.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardijanto. (2019). Sikap dan penilaian dalam debat presiden/wakil presiden 2019: Analisis wacana berbasis korpus. *Linguistik, bahasa dan pendidikan*, 153-159.

- Sukindar. (2022, September 15). *Apa Itu Dynamic Island yang Diusung oleh Lini iPhone 14 Pro?* Retrieved from Gadgetren: <https://gadgetren.com/2022/09/15/apa-itu-dynamic-island-iphone-175057/>
- Syantanti, N. I. (2022). Modalitas dalam Mata Najwa “Jokowi Diuji Pandemi”: Wacana Berbasis Korpus. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 133-139.
- Syantanti, N. I. (2022). MODALITAS DALAM PIDATO KENEGARAAN JOKO WIDODO: ANALISIS WACANA BERBASIS KORPUS. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra*, 201-211.
- Taylor, C. (2008). What is Corpus linguistic? What the data says. *ICAME Journal*, 179-184.
- Thalib, A. R. (2023, Juli 5). *Apple Inc.: Mengulik Raksasa Amerika dari Sejarah hingga Perannya dalam Dunia Internasional*. Retrieved from Jurnal Post: <https://jurnalpost.com/apple-inc-mengulik-raksasa-amerika-dari-sejarah-hingga-perannya-dalam-dunia-internasional/55505/>
- Wardani, A. S. (2020, Agustus 21). *5 Media Sosial Paling Populer di Dunia, Kamu Pakai yang Mana?* Retrieved Januari 2023, from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4335339/5-media-sosial-paling-populer-di-dunia-kamu-pakai-yang-mana>
- Watie, E. D. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *Journal the Messenger*, 3, 69-73.
- Wiharto, D. (2022). Eufemisme dan Disfemisme pada teks terjemahan berita Merdeka.com (Analisis wacana kritis berbasis Korpus). *Jurnal Ilmiah*, 100-105.