

**ANALISIS WACANA BERBASIS KORPUS MENGENAI
BUZZER MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA
PEMILIHAN GUBERNUR SUMATERA SELATAN
TAHUN 2024**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

QORIATUL ILMI SAFIYYA

07031382126301

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TAHUN 2025**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“Analisis Wacana Berbasis Korpus Mengenai Buzzer Media Sosial
Instagram Pada Pemilihan Gubernur Sumatra Selatan 2024”**

Skripsi

Oleh :

**Qoriatul Ilmi Safiyya
07031382126301**

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 26 Juni 2025
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

KOMISI PENGUJI

Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom

198607072023212056

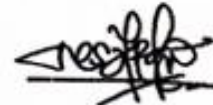
Ketua Penguji



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

199209292020122014

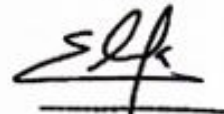
Anggota



Erlisa Saraswati, S.KPM., M. Sc

199209132019032015

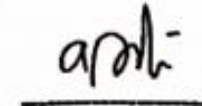
Anggota



Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom

198806162022032005

Anggota



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfari, M.Si.

NIP. 196601221990031000



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.

NIP 196406061992031001



HALAMAN PERSEMBAHAN

Q.S AL-MULK (67:15)

"Dialah yang menjadikan bumi mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan."

MOTTO

"GAGAL BERKALI – KALI TIDAK TERLALU BURUK, JIKA KAMU TERUS BERUSAHA"

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

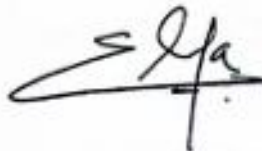
1. Keluarga tercinta yang menjadi tempat pulang terbaik untuk penulis
2. Dosen pembimbing penulis Mba Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc dan Mba Safitri Elfandari S.I.Kom., M.I.Kom
3. Seluruh stakeholder jurusan ilmu komunikasi
4. dan terakhir, almamater penulis

ABSTARCT

This study aims to analyze how social media buzzers, particularly on the Instagram platform, play a role in shaping public opinion ahead of the 2024 South Sumatra gubernatorial election. Using a corpus-based discourse analysis approach, this research examines the frequency, collocation, and concordance of words used by buzzers in comments spread across social media, as well as classifies the sentiment of each utterance that appears. The research design is mixed-method, combining both quantitative and qualitative approaches. Data were collected from various Instagram accounts identified as affiliated with gubernatorial candidates and analyzed using corpus linguistics software to extract textual data and discourse patterns. The findings indicate that buzzers play a significant role in disseminating political messages, both explicitly through supportive comments and implicitly through covert campaigns. Furthermore, the study found that buzzers tend to use anonymous or blank accounts and coordinated comments to steer certain opinions, thereby potentially influencing public perception of the candidates. This research offers a theoretical contribution to the fields of political communication and corpus linguistics and provides practical insights to promote digital literacy and strengthen oversight of political activities in digital spaces

Keyword : *Buzzer*, Instagram, and election

Advisor I



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

Advisor II



Safitri Elfandari, S.Ikom., M.Ikom
NIP. 198806162022032005

Head of Communication Departement



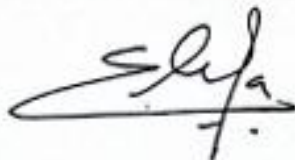

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana buzzer media sosial, khususnya pada platform Instagram, berperan dalam membentuk opini publik menjelang Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024. Dengan menggunakan pendekatan analisis wacana berbasis korpus, penelitian ini mengkaji frekuensi, kolokasi, dan konkordansi kata-kata yang digunakan buzzer dalam komentar-komentar yang tersebar di media sosial, serta mengklasifikasikan sentimen dari setiap ujaran yang muncul. Desain penelitian ini adalah mixed-method yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Data dikumpulkan dari berbagai akun Instagram yang teridentifikasi terafiliasi dengan pasangan calon gubernur, dan dianalisis menggunakan perangkat lunak linguistik korpus untuk mengekstrak data tekstual serta pola wacana. Temuan menunjukkan bahwa buzzer memainkan peran signifikan dalam menyebarkan pesan politik, baik secara eksplisit melalui komentar dukungan, maupun implisit melalui kampanye terselubung. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa buzzer cenderung menggunakan akun anonim, kosong, dan komentar yang terkoordinasi untuk menggiring opini tertentu, sehingga dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap kandidat. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis terhadap studi komunikasi politik dan linguistik korpus, serta secara praktis mendorong peningkatan literasi digital masyarakat dan pengawasan terhadap aktivitas politik di ruang digital.

Kata Kunci : *Buzzer*, Instagram, dan Pemilihan Gubernur

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Safitri Elfandari, S.Ikom., M.Ikom
NIP. 198806162022032005

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Qoriatul Ilmi Safiyya
NIM : 07031382126301
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 26 Agustus 2003
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Wacana Berbasis Korpus Mengenai *Buzzer* Media Sosial Instagram Pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2024

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, 20 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,


Qoriatul Ilmi Safiyya
NIM. 07031382126301

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 Mengenai *Buzzer* Media Sosial Instagram Pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2024. Shalawat dan 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 Jurusan Ilmu Komunikasi 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/Ibu selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak/Ibu selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
3. Bapak M Husni Thamrin selaku Ketua Jurusan dan Bapak/Ibu selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Mba Erlisa selaku pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
5. Mba Andri selaku pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi
6. Mas Iqbal dan Mba Farisha selaku pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi, dukungan, 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 perkuliahan.
8. Kedua Orang Tua Tercinta yang memberi dukungan selama pengerjaan skripsi

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas maupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Palembang, 25 Juni 2025

Qoriatul Ilmi Safiyya

07031382126301

DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Buzzer</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Buzzer</i> Politik.....	Error! Bookmark not defined.

2.2 Kerangka Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Analisis Korpus.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Analisis Linguistik Korpus	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Analisis Sentimen	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.4 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Definisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Analisis Wacana Berbasis Korpus	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
3.3 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Jenis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Unit Analisis, Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Unit Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Studi Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Wawancara Mendalam.....	Error! Bookmark not defined.

3.7 Teknik Keabsahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
GAMBARAN UMUM	Error! Bookmark not defined.
4.1 MEDIA SOSIAL	Error! Bookmark not defined.
4.2 BUZZER	Error! Bookmark not defined.
4.3 PROFIL PASANGAN CALON GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 PROFIL CAGUB DAN CAWAGUB NOMOR URUT 1	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 PROFIL CAGUB DAN CAWAGUB NOMOR URUT 2	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 PROFIL CAGUB DAN CAWAGUB NOMOR URUT 3	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Temuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.2 Hasil Analisis Frekuensi	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 Hasil Analisis Frekuensi @infopalembangterbaru	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Hasil Analisis Frekuensi @palembangsekilasinfo.....	Error! Bookmark not defined.
5.3.2 Analisis Kolokasi Kata @Infopalembangterbaru	Error! Bookmark not defined.
5.3.3 Analisis Kolokasi Kata @PalembangInfo ..	Error! Bookmark not defined.
5.4 Hasil Analisis Konkordinasi	Error! Bookmark not defined.

5.4.1. Analisis Konkordinasi Kata @Palembangsekilasinfo ..	Error! Bookmark not defined.
5.4.1.1 Analisis Konkordinasi Kata “Mawardi” ..	Error! Bookmark not defined.
5.4.1.2 Analisis Konkordinasi Kata “Matahati” ..	Error! Bookmark not defined.
5.4.2 Analisis Konkordinasi Kata @Infopalembangterbaru...	Error! Bookmark not defined.
5.4.2.1 Analisis Konkordinasi Kata “Sumsel”	Error! Bookmark not defined.
5.4.2.2 Analisis Konkordinasi Kata “Esp”	Error! Bookmark not defined.
5.4.3 Analisis Konkordinasi Kata @PalembangInfo	Error! Bookmark not defined.
5.5 Analisis Wacana.....	Error! Bookmark not defined.
5.5.1 Identifikasi Sentimen dalam Wacana.....	Error! Bookmark not defined.
5.5.2 Wacana yang Terbentuk	Error! Bookmark not defined.
5.5.3 Analisis Wacana Sentimen	Error! Bookmark not defined.
BAB VI	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
6.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
6. 2 SARAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Fenomena <i>Buzzer</i> dalam Pemberitaan Online	7
Gambar 1.2 : Akun Instagram yang berafiliasi dengan Pasangan Calon Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2024	12
Gambar 2.1 : Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	20
Gambar 2.2 : Kerangka Teoritis.....	31
Gambar 5.1 Cirrus Frekuensi pada Korpus	67
Gambar 5. 2 Frekuensi kata yang muncul	68
Gambar 5.3 Cirrus Frekuensi pada Korpus.....	72
Gambar 5. 4 Frekuensi kata yang muncul	73
Gambar 5. 5 Cirrus Frekuensi pada korpus.....	78
Gambar 5. 6 Word Links Kata “Mawardi”	80
Gambar 5. 7 Word Links Kata “Matahati”	81
Gambar 5. 8 Word Links Kata “Wak.....”	82
Gambar 5.9 Word Links Kata “Mantap”	84
Gambar 5.10 Word Links Kata “panji.nugraha96”	80
Gambar 5.11 Word Links Kata “Sumsel”	88
Gambar 5.12 Word Links Kata “esp”	89
Gambar 5.13 Word Links Kata “Palembang”	90
Gambar 5.14 Word Links Kata “baru”	91
Gambar 5.15 Word Links Kata “kota”	92

Gambar 5.16 Word Links Kata “HDCU”	94
Gambar 5.17 Word Links Kata “Menyala”	95
Gambar 5.18 Word Links Kata “Menang”	96
Gambar 5.19 Word Links Kata “Pak”	97
Gambar 5.20 Word Links Kata “oy”	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 : Definisi Operasional	39
Tabel 5.1 Frekuensi konotasi Kata yang Dominan	69
Tabel 5.2 Frekuensi konotasi topik terkait	69
Tabel 5.3 Frekuensi konotasi narasi umum	70
Tabel 5.4 Frekuensi konotasi dominasi kata utama	74
Tabel 5.5 Frekuensi konotasi sentimen pendukung.....	74
Tabel 5.6 Frekuensi konotasi relawan dan komunitas.....	75
Tabel 5.7 Frekuensi konotasi strategi kampanye digital.....	75
Tabel 5.8 Kolokasi Kata @palembangterciduk.....	79
Tabel 5.9 Kolokasi Kata @Infopalembangterbaru.....	86
Tabel 5.10 Kolokasi Kata @Palembanginfo.....	93
Tabel 5.11 Konkordinasi “Mawardi”.....	100
Tabel 5.12 Konkordinasi “Matahati”.....	101
Tabel 5.13 Konkordinasi “Mantap”.....	102
Tabel 5.14 Konkordinasi “wak”	103
Tabel 5.15 Konkordinasi “panji.nugraha96”.....	104
Tabel 5.16 Konkordinasi “Sumsel”.....	105
Tabel 5.17 Konkordinasi “Esp”.....	106
Tabel 5.18 Konkordinasi “Palembang”.....	107

Tabel 5.19 Konkordinasi “Kota”	108
Tabel 5.20 Konkordinasi “Baru”	109
Tabel 5.21 Konkordinasi “HDCU”	109
Tabel 5.22 Konkordinasi “Menyala”	110
Tabel 5.23 Konkordinasi “Menang”	111
Tabel 5.24 Konkordinasi “Pak”	112
Tabel 5.25 Konkordinasi “oy”	113

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi politik berperan penting dalam kehidupan berpolitik. Hal tersebut dikarenakan komunikasi politik mengambil andil sebagai pertukaran informasi, gagasan dan pendapat antar individu, kelompok atau lembaga politik (Madjid 2023). Proses komunikasi yang merujuk bagaimana masyarakat dapat memahami konteks politik yang dapat memberikan umpan balik terhadap berbagai isu yang muncul dalam ranah politik. Selain itu, pengemukakan pendapat dengan adanya transparansi yang terjadi di pemerintahan. Kemudian, komunikasi politik ikut berperan serta dalam membangun hubungan antara masyarakat dan pemerintah yang bertujuan untuk menciptakan pemahaman terhadap dinamika politik. Konsistensi komunikasi yang menjadi kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan dengan menyampaikan pesan, saluran dan respon terhadap umpan balik yang berkelanjutan. Memahami bagaimana komunikasi politik mempengaruhi opini publik, membentuk persepsi politik, dan mempengaruhi partisipasi politik. Masyarakat yang melibatkan dasar komunikasi politik dalam dinamika komplek antara pesan politik, media, dan respon Masyarakat di arena politik (Putranto, Komunikasi Politik 2024).

Menurut Sumarni (2023), komunikasi politik merupakan suatu proses yang tergolong kompleks dan strategis yang melibatkan pertukaran pesan dan informasi antara berbagai pihak politik baik calon, pemerintah, partai politik maupun masyarakat biasa. Dalam konteks ini, strategi komunikasi politik sangat memerlukan pendekatan

komunikasi yang efektif. Hal tersebut bertujuan untuk dapat mempersatukan perbedaan berbagai sudut pandang dan membangun stigma yang baik dalam masyarakat. Politik cenderung menjadi hal yang bias dan buruk, padahal politik bukanlah suatu yang harus dinilai demikian. Kekeliruan, penyalahgunaan dan berbagai bentuk negatif lainnya yang terbentuk dan berkenaan dengan politik berasal dari oknum yang mempermainkan politik itu sendiri dengan cara mengemukakan penilaian yang kurang baik, bahkan cenderung buruk (Zubaidi, 2020).

Kemajuan teknologi menjadi aspek penting membawa berbagai perubahan di dunia politik. Salah satu perubahan yang sangat jelas terlihat adalah dengan hadirnya internet dalam kehidupan sehari-hari adalah media sosial yang berfungsi selayaknya wadah untuk berinteraksi serta mengemukakan isi pikiran secara lebih luas dan leluasa. Internet menjadi salah satu alternatif sebagai media pendukung penyebaran informasi politik kepada masyarakat (Hidayat dan Muksin 2023). Kehidupan politik juga tidak luput serta untuk turut mendalami perannya di media sosial dengan melakukan penyebaran informasi yang komunikatif secara merata meliputi media online seperti website dan lain-lain. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan media, informasi sekarang dapat disampaikan dan diakses dengan lebih cepat dan luas oleh masyarakat (Kamindang and Amijaya 2024). Hal tersebut jelas berdampak baik bagi penyebaran informasi terkait politik apabila dapat dimanfaatkan dengan baik (Fahruji dan Fahrudin 2023).

Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan munculnya media sosial dan hal tersebut sangat bermanfaat. Keberadaan media sosial dimanfaatkan oleh

banyak orang dari berbagai lapisan masyarakat untuk menjadi wadah menyebarkan informasi yang beragam (Yusuf *et al.*, 2023). Berdasarkan survei dari Katadata Insight Center (KIC) tahun 2024, ditemukan fakta bahwa sebanyak 73% masyarakat Indonesia mengakses informasi melalui media sosial. Beragam jenis informasi dapat diakses melalui media sosial, salah satunya informasi mengenai politik. Platform media sosial seperti Instagram menjadi salah satu yang paling dominan digunakan, terutama di kalangan pemilih muda yang mencari informasi politik (OlofLarsson 2023). Survei yang dilakukan oleh Populix pada tahun yang sama mengungkapkan bahwa media sosial kini menjadi sumber utama bagi masyarakat untuk mencari informasi politik, sebanyak 60% responden mengakui bahwa mereka mengandalkan platform seperti Instagram untuk mengikuti perkembangan politik terkini. Secara garis besar, hal tersebut menggambarkan bahwa media sosial telah menjadi alat yang populer untuk menerima dan berinteraksi dengan berbagai hal terkait informasi politik.

Banyak ragam informasi menarik yang ditemui di media sosial, termasuk pada platform Instagram. Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri yang menyebabkan manusia secara tidak langsung mengalami ketergantungan terhadap media sosial. Media sosial secara leluasa dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak, termasuk salah satu diantaranya adalah para penggiat politik (Kubin dan Von Sikorski 2021). Media sosial dianggap telah menjadi platform utama dalam politik modern karena memberikan dampak yang cukup signifikan (Zhuravskaya, Petrova dan Enikolopov 2020), terutama dalam konteks kampanye pemilihan (Akbar *et al.*, 2021). Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, memainkan peran penting dalam

membentuk opini publik dan memengaruhi pemilih. Penggunaan Instagram dalam kampanye politik memberikan kesempatan bagi kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih dan menyebarkan pesan mereka secara luas.

Penggunaan media sosial Instagram berperan penting dalam pembentukan opini publik tentang politik (Parmelee, Perkins dan Beasley 2023). Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini sangat digandrungi oleh masyarakat dan pada media sosial tersebut terbentuk beragam opini publik yang salah satunya didasari oleh adanya isu-isu yang berkaitan dengan kepentingan dan terkaitan antara masyarakat dan aktor politik, termasuk dalam konteks pemilihan gubernur di Sumatera Selatan pada tahun 2024. Opini publik mengenai politik yang terbentuk di media sosial tersebut didasari oleh adanya perbedaan sudut pandang dari setiap penggunanya (Weismueller *et al.*, 2022). Hal ini menunjukkan pergeseran secara signifikan dalam pola konsumsi informasi masyarakat, dimana media sosial tidak hanya menjadi tempat untuk berinteraksi secara sosial, tetapi juga menjadi arena utama dalam penyebaran informasi politik. Media sosial Instagram menjadi salah satu platform yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.

Pengaruh media sosial sebagai wadah komunikasi massa menjadi perubahan besar berbagai sektor kehidupan masyarakat, salah satunya perubahan kehidupan politik. Partisipasi masyarakat dalam kehidupan berpolitik berasal dari berbagai golongan usia terutama remaja disuarakan melalui media sosial (Kaskazi dan Kitzie 2023). Pengguna media sosial tidak hanya personal namun cukup beragam bahkan bisa berkelompok atau atas nama suatu instansi tertentu, termasuk partai politik yang

mana hal tersebut memungkinkan mereka untuk melakukan pembentukan citra, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam dunia politik, kampanye sampai memberikan pesan yang membawa visi dan misi politik untuk disebarkan ke masyarakat pengguna internet (Fadilla, Agustina dan Syafikarani 2024). Abdullah (2020) melalui penelitiannya menyatakan bahwa, terdapat ketergantungan partai politik terhadap media elektronik khususnya internet yang sangat besar. Media elektronik dapat membangun komunikasi politik secara efektif dengan melibatkan dukungan media yang sangat cepat memproses penyampaian informasi oleh partai kepada para pemilih. Penyampaian pesan melalui media sosial berbasis internet merupakan cara yang cukup efektif dalam segi jangkauan dan juga waktu (Gunawan, 2024; Mas'amah *et al.*, 2023). Pemanfaatan media sosial melalui sebuah iklan kampanye yang dibuat di suatu daerah bisa disebarkan dan dilihat di seluruh dunia dalam waktu yang singkat (Arianto *et al.*, 2023; Hendrayana, 2019).

Salah satu fenomena yang berkaitan dengan perkembangan media sosial tidak terlepas dari adanya isu mengenai kehadiran *opinion makers* atau seiring berjalan waktu dikenal dengan *buzzer*. *Buzzer* dianggap sebagai salah satu elemen penting dalam komunikasi politik untuk menyebarkan pesan politik dan mempengaruhi opini publik di media sosial (Dewantara, *et al.* 2022). *Buzzer* berasal dari kata '*buzz*' yang berarti dengungan, artinya bahwa *buzzer* dilakukan untuk menciptakan '*noise*' akan sebuah informasi di media sosial dengan tujuan menarik perhatian khalayak agar mereka turut membicarakan produk tersebut dan mencobanya (Pradana and Wahyuningtias 2023). Hal tersebut dapat dipahami bahwa sekarang sudah banyak

ditemukan partai politik yang menjual produk politik melalui *buzzer* lewat media sosial untuk menarik perhatian masyarakat dalam melaksanakan kegiatan kampanye.

Fenomena *buzzer* menjadi isu yang sangat menarik di kalangan masyarakat apalagi saat masyarakat menaruh atensi khusus pada ranah politik dan hal tersebut dibuktikan dengan mulai bermunculannya pemberitaan yang berkaitan dengan *buzzer* seperti pada Gambar 1.1. Kemudian menyebabkan kebanyakan masyarakat telah mengenal istilah *buzzer* dikarenakan kehadirannya muncul menjadi suatu topik pembicaraan yang hangat di ranah politik dikarenakan perannya sebagai *opinion makers* (Sisrilnardi dan Alamsyah 2023). *Buzzer* sendiri sangat pandai dalam membuat opini publik yang kemudian disebarluaskan ke masyarakat dengan cara yang efektif, seperti membuat unggahan berita yang ramai dibicarakan di media online dengan menggunakan *headline* yang cukup menyita perhatian khalayak. Selain mengunggah berita diberbagai media sosial, para aktor *buzzer* ini juga memiliki beberapa akun media sosial untuk mengomentari unggahan mereka sendiri dengan kata-kata baik yang membuat masyarakat tertarik dengan komentar mereka. Dalam dunia politik, *buzzer* menjadi elemen konektivitas yang memberikan kesempatan untuk para aktor politik, partai politik, bahkan politisi membangun hubungan baik dengan masyarakat. Tren mengenai *buzzer* mulai muncul di Indonesia pada tahun 2009 dengan maraknya penggunaan media sosial terutama pada platform *twitter* saat itu, kemudian hal ini semakin berkembang hingga masuk ke media sosial lainnya seperti Instagram. Dewasa ini, *buzzer* sendiri merupakan industri di bidang komunikasi (Kurniawati 2023).



Gambar 1.1 Fenomena *Buzzer* dalam Pemberitaan Online

(Sumber: Detik.com)

Meningkatnya peredaran isu mengenai kehadiran *buzzer* di dunia politik menjadi faktor pemicu banyak aktor politik yang dengan sengaja melihat peluang tersebut untuk kemudian di manfaatkan *buzzer* untuk mempromosikan produknya. Memiliki jaringan yang sangat luas dan dapat membuat konten yang sesuai konteks, berisi ajakan dan digerakan oleh motif tertentu sesuai arahan yang politisi inginkan (Wakhiddin 2021). Hal tersebut dibuktikan dengan adanya hasil survei yang dilakukan oleh pihak *cekfakta.com* bahwa selama periode Januari sampai Februari 2024 ditemukan ada sebanyak 440 dari 696 total *hoax* yang berkaitan isinya dengan hal politik dan 6% diantaranya ditemukan di media sosial Instagram. Pelaku *buzzer* di media sosial melakukan aktivitas yang sangat sensitif dan terkadang terlalu bebas (Sholihah 2022). Terkadang juga mereka menyebarkan berita yang tidak valid sehingga melanggar UU ITE Pasal 28 ayat 3 Tahun 2024 tentang perbuatan menyebarkan informasi dan/atau dokumen elektronik yang diketahuinya memuat pemberitahuan bohong yang menimbulkan kerusakan merupakan perbuatan yang dilarang (Auli 2024).

Buzzer telah menyebar di seluruh Indonesia, kasus *buzzer* sangat ramai terjadi pada saat pemilihan berlangsung. Studi kasus yang dibentuk sedemikian rupa dengan melaksanakan penelitian mengenai *buzzer* mempengaruhi perspektif politik di masyarakat sudah pernah dikaji beberapa kali sebelumnya. Beberapa penelitian tersebut diantaranya, dalam jurnal yang berjudul “*Buzzer Media Sosial dan Pembentukan Perspektif Pemilih Millennial dalam Pemilihan 2019*”, yang ditulis oleh Riko Kurniawan (2021) dalam Jurnal Politik Walisongo yang mana dalam penelitiannya, ia membahas tentang pengkajian mengenai pengaruh *buzzer* media sosial dan perspektif politik pemilih milenial pada pemilihan umum tahun 2019. Selain itu, beberapa penelitian lainnya berfokus pada beberapa *point* berbeda yang meliputi dampak positif ataupun negatif pada lapisan masyarakat tertentu, dampak pada politisi yang menjadi target *buzzer* dan lain sebagainya.

Buzzer di Sumatera Selatan banyak ditemukan di media sosial Instagram. Berdasarkan fenomena yang terlihat di media sosial Instragram tersebut, kemunculan *buzzer* politik semakin lama semakin signifikan dan hal tersebut dapat dilihat dan ditelaah secara lebih lanjut dari seberapa banyak jumlah akun kosong yang turut berkomentar di kolom akun media sosial terkait. Adanya kompetisi baru yang tercipta menjelang pelaksanaan pemilihan gubernur Sumatera Selatan 2024 menyebabkan gesekan yang sangat kompetitif antar pihak calon gubernur. Hal tersebut didasari oleh pihak yang menjadi calon gubernur awalnya berasal dari satu kubu yang sama, namun pada pemilihan kepala daerah kali ini terpecah menjadi kubu yang berbeda. Sebelum memasuki fase kampanye yang resmi, sudah ditemukan beberapa kampanye

gelap yang dilakukan oleh *buzzer* di media sosial. Contohnya pada media sosial Instagram seperti *fanbase* besar yang cukup terkenal di kalangan masyarakat Sumatera Selatan khususnya Palembang ataupun pada akun pribadi milik politikus terkait yang pada postingannya yang mengandung unsur politik baru-baru ini turut dibanjiri oleh keberadaan opini tertentu yang dapat bersifat positif maupun negatif. Selain itu, di sisi lain kampanye gelap tersebut secara berkelanjutan berdampak terhadap pecahnya perspektif masyarakat terhadap calon pasangan tertentu. Bahkan, ditemukan juga fakta bahwa ada beberapa akun media sosial Instagram yang berpengaruh di Sumatera Selatan juga sudah menunjukkan keberpihakannya kepada calon pasangan tertentu melalui adanya kesepakatan kerjasama berbentuk afiliasi yang akan diunggah pada akun terkait.

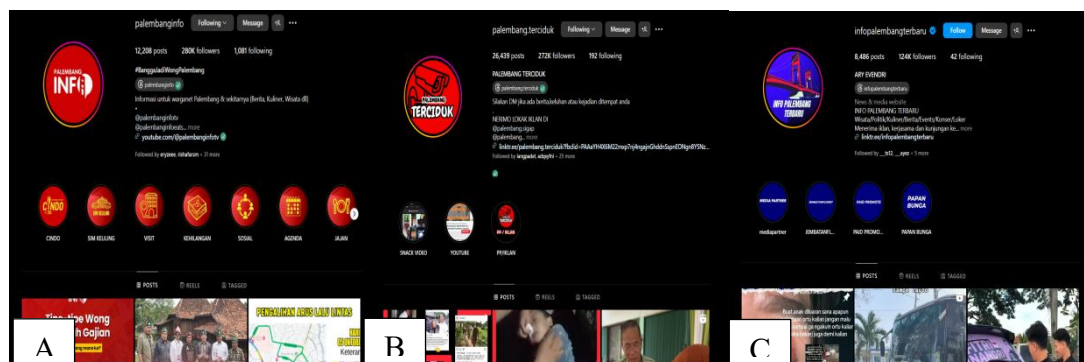
Buzzer pada media sosial memiliki ciri khusus sehingga tergolong cukup mudah untuk dikenali. Jaringan yang luas biasanya dimiliki oleh para *buzzer*, seperti memiliki akses ke informasi kunci, dapat menciptakan konten sesuai konteks, terampil dalam menggunakan media sosial, persuasif, dan menggerakkan motif tertentu baik secara bayaran maupun sukarela (Arianto 2020). Selain itu, *buzzer* juga dapat memberikan komentar yang dapat mengudat opini masyarakat yang berada di media sosial, terkadang opini yang diberikan mengarah pada kebencian bahkan tidak berdasarkan fakta (Faulina dan Sarmiati 2021) . Sering kali ditemukan *buzzer* menggunakan akun kosong dengan pengikut suntikan (tidak nyata) yang tidak lebih dari 500 pengikut. Intensitas pergantian *username* akun yang dilakukan *buzzer* secara

acak tergolong cukup tinggi sehingga tidak diketahui secara pasti pemilik asli akun tersebut (Afra *et al.*, 2024).

Keberadaan *buzzer* memberikan dampak yang signifikan pada pembentukan sudut pandang dan opini masyarakat di Sumatera Selatan. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada salah satu informan yang merupakan admin akun media sosial Instagram yang berafiliasi dengan salah satu kandidat calon gubernur Sumatera Selatan. Informan juga mengatakan bahwa tidak hanya satu akun media sosial yang berafiliasi dengan kandidat calon gubernur tapi ada beberapa akun - akun besar yang berpengaruh bagi masyarakat Sumatera Selatan juga menjadi berpihak kepada calon – calon tertentu. Konten berupa foto dan video yang menggambarkan atau menampilkan keberpihakan terhadap calon pasangan tertentu memperkuat bukti bahwa hasil wawancara tersebut akurat, sehingga tidak menimbulkan dugaan semata. Unggahan konten tersebut akan bertahan sesuai dengan perjanjian kerjasama yang terjalin diantara admin akun media sosial Instagram terkait dengan calon gubernur terkait.

Kehadiran media sosial memiliki keterkaitan dengan kegiatan kerjasama yang dikenal dengan sebutan afiliasi (Lammenett 2021). Afiliasi politik merupakan salah satu bentuk hal yang diupayakan sebagai bentuk promosi calon pasangan gubernur Sumatera Selatan pada pemilihan kepala daerah yang diselenggarakan pada tahun 2024. Hasil wawancara (pra riset) yang peneliti lakukan kepada informan untuk memastikan akun media sosial Instagram yang telah berafiliasi kandidat calon gubernur Sumatera Selatan tahun 2024, memperkuat pernyataan bahwa unggahan

konten yang ada merupakan bentuk afiliasi antara kedua belah pihak terkait untuk membantu mempromosikan. Hal tersebut diperkuat dengan adanya pernyataan dari salah satu informan terpercaya yang bertanggungjawab sebagai admin akun Instagram yang berpengaruh di Sumatera Selatan mengatakan bahwa akun yang dikelolanya menjalin kerjasama dengan salah satu pasangan calon Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2024, yakni H. Herman Deru dan Cik Ujang dan akun tersebut terdapat pada Gambar 1.2a. Selain itu, informan tersebut juga menyatakan bahwa ada akun Instagram berpengaruh lainnya yang turut menjalin kerja sama dengan pasangan calon Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2024 yang berbeda, yakni bekerja sama dengan Mawardi dan RA Anita seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.2b. Kedua wawancara tersebut dilakukan secara *online* melalui *Whatsapp* pada tanggal 1 Agustus 2024. Peneliti juga menemukan fakta bahwa akun Instagram lainnya juga berafiliasi dengan pasangan calon Eddy Santana Putra dan Riezky Aprilia seperti pada Gambar 1.2c



Gambar 1.2 Akun Instagram yang berafiliasi dengan Pasangan Calon Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2024: @PalembangInfo dengan H. Herman Deru-Cik Ujang (A), @Palembangsekilasinfo dengan Mawardi Yahya-RA Anita Norienghati dan @infopalembangterbaru dengan Eddy

Santana Putra-Riezky Aprilia (Sumber: Instagram dan diolah oleh peneliti, 2024).

Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024 menjadi salah satu perhelatan akbar pesta politik sekaligus bentuk pesta demokrasi masyarakat yang sangat dinamis. Pilkada ini sarat akan penggunaan teknologi, khususnya media sosial seperti Instagram. Selaras dengan meningkatnya penetrasi internet di kalangan masyarakat Sumatera Selatan, kampanye politik di era digital semakin terfokus pada platform yang digunakan oleh mayoritas masyarakat yang berperan sebagai pemilih, termasuk Instagram. Pembentukan citra diri dan promosi dilakukan secara gencar oleh para pelaku politik terkait untuk menyukseskan penyelenggaraan pesta demokrasi yang satu ini melalui Instagram. Pembentukan citra diri dan promosi dalam bentuk-bentuk unggahan tertentu pada media sosial menjadi bentuk kampanye melalui Instagram.

Gerakan kampanye pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024 telah berlangsung cukup lama. Hal tersebut dimulai dengan adanya kampanye terselubung yang sudah mulai terendus dilakukan oleh pasangan calon terkait dan dilakukan salah satunya melalui media sosial seperti Instagram baik yang dilakukan di akun pribadi maupun dengan cara menjalin kerjasama berupa afiliasi dengan akun tertentu. Pasangan calon ada yang memulainya sejak masih menjabat sebagai Gubernur dan dilanjutkan setelah masa jabatan berakhir. Kemudian, ada juga pasangan calon yang memulainya sejak bulan April 2024. Selain itu, ada juga pasangan calon lainnya yang melakukan kampanye terhitung dimulai dari masa penetapan calon Gubernur dan Wakil Gubernur per tanggal 22 September 2024. Masa kampanye sendiri ditetapkan

oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) dimulai per tanggal 25 September – 23 November 2024.

Kampanye melalui media sosial Instagram semenjak memasuki periode kampanye resmi semakin gencar dilakukan oleh ketiga pasangan calon yang telah ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Sumatera Selatan. Hal ini selaras dengan hasil studi oleh Firmansyah & Mahardika (2022) menunjukkan bahwa platform seperti Instagram, *Facebook*, *Twitter* dan *YouTube* banyak digunakan untuk mempromosikan kandidat melalui konten visual yang interaktif dan informatif. Konten yang dimaksud termasuk di dalamnya berupa infografis, video pendek serta siaran langsung (*live*) yang memfasilitasi komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih. Konten serupa ditemukan oleh peneliti setelah menelusuri serta mengamati dari beberapa akun pribadi maupun akun terafiliasi pada periode kampanye Pemilihan Calon Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2024 ini. Selain itu, ditemukan juga kemunculan *buzzer* pada kolom komentar di konten kampanye tersebut. Sehingga, hal itu turut memperkuat bukti bahwa media sosial Instagram memang dimanfaatkan dengan baik oleh para pasangan calon terkait.

Kegiatan sosialisasi dan kampanye politik yang dulunya bersifat konvensional, sekarang mengalami perubahan yang mana seiring dengan adanya pemanfaatan teknologi yang menghadirkan media sosial sebagai alternatif. Penggiringan opini publik terhadap politisi semakin mudah untuk dipengaruhi melalui berbagai pendapat yang belum bisa dipastikan 100% kebenarannya. *Buzzer* politik merupakan pihak yang menjadi sorotan utama dalam hal tersebut karena memiliki keterkaitan erat dengan dilakukannya penyebaran opini mereka melalui fitur *commentar* yang terdapat pada

platform Instagram. Opini yang disampaikan oleh *buzzer* biasanya memiliki kesamaan dalam segi isi yang mana opini tersebut dapat dihitung dan dianalisis sifatnya secara lebih lanjut mengarah pada jenis komentar baik itu positif, negatif atau netral. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi perhatian tersendiri bagi peneliti untuk memperdalam, mempelajari dan menganalisis secara lebih lanjut dengan melakukan penelitian ilmiah yang berjudul “**Analisis Wacana Berbasis Korpus mengenai *Buzzer* Media Sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2024**”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang bersifat kualitatif dan kuantitatif dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apa kata yang frekuensinya paling sering dan dominan digunakan oleh *buzzer* di media sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024?
2. Bagaimana kolokasi penggunaan kata yang paling sering dan dominan digunakan oleh *buzzer* di media sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024?
3. Bagaimana konkordansi penggunaan kata yang paling sering dan dominan digunakan oleh *buzzer* di media sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024?
4. Bagaimana analisis sentimen terhadap penggunaan kata yang paling sering dan dominan digunakan oleh *buzzer* di media sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kata yang frekuensinya paling sering dan dominan digunakan oleh *buzzer* di media sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024.
2. Untuk melakukan analisis dan identifikasi terhadap kolokasi penggunaan kata yang paling sering dan dominan digunakan oleh *buzzer* di media sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024.
3. Untuk melakukan analisis dan identifikasi terhadap konkordansi penggunaan kata yang paling sering dan dominan digunakan oleh *buzzer* di media sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024.
4. Untuk melakukan analisis dan identifikasi terhadap sentimen penggunaan kata yang paling sering dan dominan digunakan oleh *buzzer* di media sosial Instagram pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan berbagai manfaat. Adapun manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan praktis yang apabila dijabarkan sebagai berikut ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara meluas baik pada segi ilmiah, pemikiran dan ide baru serta memberikan wawasan tentang cara *buzzer* di media sosial dapat memengaruhi opini publik selama pemilihan Gubernur Sumatera Selatan tahun 2024. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut yang lebih kompleks dalam bidang linguistik terapan, komunikasi politik dan studi mengenai pemanfaatan media sosial serta dapat memberikan arahan untuk studi yang lebih mendalam terkait dengan keberadaan *buzzer* di platform media sosial lainnya atau dalam konteks pemilihan lainnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, peneliti berharap bahwa penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi para praktisi untuk melakukan penelitian lanjutan serupa yang membahas tentang analisis wacana berbasis korpus di media sosial, terutama pada platform Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. *Internet of Things Market Analysis Forecasts, 2020–2030*, 2020.
- Afra, D. I. N., R. Fajri, H. A. Prafitia, I. Arief, and A. J. Mantau. "Feature Selection and Performance Evaluation of Buzzer Classification Model." *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 2024: 1-14.
- Akbar, P., B. Irawan, M. Taufik, A Nurmandi, and Suswanta. "Social media in politic: Political campaign on United States election 2020 between Donald Trump and Joe Biden." *In International Conference on Human-Computer Interaction* (Cham: Springer International Publishing), 2021: 359-367.
- Alharbi, N., and E. de Doncker. "Sentiment Analysis of Arabic Tweets Using Deep Learning Models." *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 2021: 653-659.
- Anam, K. "Demokrasi Siber Dalam Kontestasi Elektoral di Pilpres 2019: Studi Terhadap Buzzer Politik di Garuda Siaga Republik Indonesia (GASRI)." *Master's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2022.
- Ardiansyah, R., and N. K. Sari. "Kerangka Teoritis dalam Penelitian Pendidikan: Konsep dan Aplikasi." *Journal of Educational Research* 14 (2021): 88-102.
- Ardiansyah, Risnita, and M. S. Jailani. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif." *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 1-9.
- Arianto, B. "Salah Kaprah Ihwal Buzzer: Analisis Percakapan Warganet di media sosial." *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* (Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta) 5, no. 1 (2020): 6.
- Auli, Renata Christha. *Pasal 28 ayat 3*. 2024. [https://www.hukumonline.com/klinik/a/pasal-28-ayat-\(3\)-uu-ite-2024-tentang-lessigreaterhoaxlessigreater-yang-menimbulkan-kerusuhan-lt65e37c0e1d1a0/](https://www.hukumonline.com/klinik/a/pasal-28-ayat-(3)-uu-ite-2024-tentang-lessigreaterhoaxlessigreater-yang-menimbulkan-kerusuhan-lt65e37c0e1d1a0/).
- Aulia, W, and S Lexianigrum. "Analisis Fenomena Buzzer pada Konten Media Sosial tiktok menjelang pemilu 2024." *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary* 2 nomor 4 tahun 2024, no. e-ISSN: 3025-5961 (2024).
- Ausat, A. M. A. "The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions." *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 2023: 35-44.
- Azhari, D. S. "Penelitian Mixed Method Research untuk Disertasi." *Journal of Social Science Research*, 2023: 8010-8025.

- Baker, P. *Corpus Linguistics and Discourse Analysis: New Ways of Researching Language and Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 2021.
- bambang, Arianto. "Salah Kaprah Ighwal Buzzer: Analisis Percakapan Warganet di media sosial." *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* (Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta) 5, no. 1 (2024).
- Biber, D., and J. Egbert. *Register Variation Online: Exploring the Full Range of Internet Texts*. Cambridge: Cambridge University Press, 2020.
- Bryman, A. *Social Research Methods (6th ed.)*. Oxford University Press, 2021.
- Chua, T. H., and L Chang. "Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media." *Computers in Human Behavior*, 2021: 106760.
- Creswell, J. W., and J. D. Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (6th ed.)*. SAGE Publications, 2022.
- Creswell, J. W., and V. L. PlanoClark. *Designing and Conducting Mixed Methods Research (4th ed.)*. SAGE Publications, 2021.
- Dewantara, J.A., et al. "Role of Buzzers in Social Media in Guiding Public Opinion Regarding Political Choices." *ED (Jurnal Etika Demokrasi)*, 2022: 681-694.
- Fadilla, A. N., R. S. Agustina, and F. A. Syafikarani. "Dinamika Perubahan Sosial dan Politik di Era Digital: Pengaruh Media Sosial dan Partisipasi Masyarakat." *ARIMA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2024: 17-23.
- Fahruji, Deden, and Atef Fahrudin. "Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu." *JlKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 2023: 118-132.
- Faulina, A., and S Sarmiati. "Peran Buzzer Dalam Proses Pembentukan Opini Publik Di New Media." *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2021: 2805-2820.
- Febrianti, I. "Penggunaan Instagram sebagai Media Pembentukan Citra Politisi Jelang Pemilu Pilpres 2024." *Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan*, 2022.
- Firmansyah, A., and R. Mahardika. "Strategi Kampanye Politik di Era Digital: Studi Kasus Pemilu 2022." *Jurnal Komunikasi Politik* 18, no. 3 (2022): 45-60.
- Fitria, N. J. L. "Pengaruh Strategi Buzzer dalam Amplifikasi Pesan kepada Publik pada Lingkungan Demokrasi Politik." *POLITEIA: Jurnal Ilmu Politik*, 2023: 57-69.
- Flick, U. *An Introduction to Qualitative Research (7th ed.)*. SAGE Publications, 2022.
- Friginal, E., and J. A. Hardy. *Corpus-Assisted Conversation Analysis: Examining Language Use in Talk-in-Interaction*. Routledge, 2020.

- Gibson, L., and P. Nolan. *Secondary Data Analysis: An Introduction for the Social Sciences*. Routledge, 2020.
- Guess, A. M., et al. "How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign?" *Science*, 2023: 398-404.
- gunawan, tedi. "jurnal ilmu komunikasi." *Adaptasi Logika Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik Gerindra Menjelang Pemilu 2024*, 2024: 6-14.
- Hajli, N., and X Lin. "Exploring the security of information sharing on social networking sites: A stakeholder perspective." *Journal of Business Research*, 2022: 1-9.
- Hardaker, C., and M. McGlashan. "Corpus-Based Approaches to Discourse Analysis in Social Media." *Journal of Pragmatics* 182 (2021): 130-145.
- Hidayat, H., and N. N Muksin. "Public Relations Politik Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial." *In Prosiding University Research Colloquium*, 2023: 39-58.
- Hunston, S., and G. Thompson. *Corpus Approaches to Grammaticalization in English*. Routledge: John Benjamins Publishing Company, 2023.
- Juditha, C. "Perilaku Buzzer Media Sosial dalam Isu Covid-19." *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 25 (2021): 1-15.
- Kamindang, I, and M Amijaya. "Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi." *TIKTOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK AKTOR PARTAI POLITIK DI KOTA PALU*, 2024: 9(1), 1–15.
- Kaskazi, A., and V. Kitzie. "Engagement at the margins: Investigating how marginalized teens use digital media for political participation." *New Media & Society*, 2023: 72-94.
- Katz, E., and S. Sugiyama. *The Social Media Revolution: An Economic and Social Analysis*. Palgrave Macmillan, 2022.
- Knight, D. *Corpus Linguistics for English Teachers: New Tools, Online Resources, and Classroom Activities*. Cambridge : Cambridge University Press, 2022.
- Kubin, E., and C Von Sikorski. "The role of (social) media in political polarization: a systematic review." *Annals of the International Communication Association* 45 (2021): 188-206.
- Kumar, R. *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners (5th ed.)*. SAGE Publications, 2022.
- Kurniawati, R. *Buzzer Sebagai Alat Politik Ditinjau Dari Perspektif Penegakan hukum di Indonesia* , 2023: 262.

- Lammenett, E. "Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, B2B-, Sprachassistenten-und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO." *Springer Gabler*, 2021.
- Lindawati, L. "Analisis Jaringan dan Karakteristik Buzzer Politik di Twitter." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2022: 63-76.
- Liu, W., and M. Zhang. "The Role of Theoretical Frameworks in Behavioral Science Research: A Comprehensive Review." *Journal of Behavioral Studies*, 2021: 112-129.
- Lohr, S. L. *Sampling: Design and Analysis (2nd ed.)*. CRC Press, 2022.
- Madjid, N. "Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital." *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2023.
- Maulana, H. F. M. H. F., W. O. Mutmainah, and N. T. N Tang. "The Role of Political Buzzers in the Formation of Public Opinion Supports Anies Baswedan on Social Media Twitter." *COMMICAST 3*, no. 3 (2022): 192-200.
- Maxwell, J. A. *Qualitative Research Design: An Interactive Approach (4th ed.)*. SAGE Publications, 2022.
- McEnergy, T., and A. Hardie. *Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice (2nd ed.)*. Cambridge: Cambridge University Press, 2021.
- Medhat, W., A. Hassan, and H. Korashy. "Sentiment Analysis Algorithms and Applications: A Survey." *Ain Shams Engineering Journal*, 2021: 1193-1213.
- Mertens, D. M. *Research and Evaluation in Education and Psychology: Integrating Diversity With Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods (6th ed.)*. SAGE Publications, 2022.
- Munandar, A. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Nugroho, A. C., and A. Salahudin. "Partisipasi Politik Buzzer di Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2020: 145-159.
- Nurhayati-Wolff, Hanadian. *Statistics*. Oktober 2022.
<https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>.
- Nurikhsan, F., and K. Y Putri. "Efektivitas Instagram Sebagai Media Kampanye Nadia Fransiska dalam Meningkatkan Ketertarikan Masyarakat." *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2021: 67-75.
- OlofLarsson, A. "The rise of Instagram as a tool for political communication: A longitudinal study of European political parties and their followers." *New Media & Society*, 2023: 2744-2762.

- Omar, B., M. F. Shaarani, and N Jaafar. "Social media manipulation and the rise of buzzers: How they shape public opinion." *Journal of Media and Communication Studies*, 2022: 112-126.
- Parmelee, J. H., S. C. Perkins, and B Beasley. "Personalization of politicians on Instagram: what Generation Z wants to see in political posts." *Information, Communication & Society*, 2023: 1773-1788.
- Pradana, Argenti, Adiarsa, and Wahyuningtias. *Analisis Framing mengenai Pemberitaan Buzzer Politik di Media Sosial pada media online detikcom*, 2023: 3.
- Purwaramdhona, A. B., M. Adji, and T. Prabasmoro. "Politik Maskulinitas dan Bahasa Seksis: Bapakisme Ridwan Kamil dalam Akun Instagram @Ridwankamil." *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah*, 2024: 573-588.
- Putranto, A. *Komunikasi Politik*, 2024.
- . *Komunikasi Politik*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2024.
- Ravitch, S. M., and M. Riggan. *Reason & Rigor: How Conceptual Frameworks Guide Research*. USA: Sage Publications, 2020.
- Sakti, R.E, and B. Nainggolan. "Understanding the Role of Social Media Toward Satisfaction of." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2023: 154-166.
- Sholihah, A. "Buzzer: Politic's Interest And Masalah:-." *Politea: Jurnal Politik Islam*, 2022: 40-84.
- Sisrilnardi, S., and M. N Alamsyah. "PERAN BUZZER SEBAGAI OPINION MAKERS DALAM PROSES REKLAMASI TELUK JAKARTA TAHUN 2016-2017." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2023: 839-854.
- Social, Wea Are. Januari 2024.
- Sumarni. "pemilu 2024 dalam agenda media: antara simularka, hiperealitas, dan kekuasaan oligarki." *Journal Of Social Science Research*, 2023: 4843-4864.
- Sumarni, L. "Journal Of Social Science Research." *Pemilu 2024 dalam agenda media: antara simularka, hiperealitas, dan kekuasaan oligarki.*, 2023: 3, 4843–4864.
- Susanto, D., Risnita, and M. S. Jailani. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah." *QOSIM : Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 1, no. 1 (2023): 53-61.
- Sweeney, K. "The Role of Social Media Influencers in Modern Marketing: Characteristics and Impact." *Journal of Marketing Trends*, 2020: 45-59.
- Syarief, F. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PROSES PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK (ANALISA WACANA TWITTER SBY)." *jurnal komunikasi bsi* VIII, no. 3 (SEPTEMBER 2017): 262-266.

- Tayibnapis, R. G., and A. L. Proborini. "Disinformasi Jaringan Sosial Tudingan Radikalisme Terhadap Anies Baswedan di Media Sosial Twitter." *Journal on Education*, 2024: 13022-13035.
- Wakhiddin, M. "Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan Dalam Mendiseminasi Nilai-Nilai Islam Di Kabupaten Banjarnegara." *Master's thesis, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia)*, 2021.
- Wankhade, M., A. C. S. Rao, and C Kulkarni. "A Survey on Sentiment Analysis Methods, Applications, and Challenges." *Artificial Intelligence Review* (Springer) 55, no. 7 (2022): 5731-5780.
- Weismueller, J., P. Harrigan, K. Coussement, and T Tessitore. "What makes people share political content on social media? The role of emotion, authority and ideology." *Computers in Human Behavior*, 2022.
- Wulandari, C. D., M. A. Muqsith, and F. Ayuningtyas. "Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 dalam Perspektif Komunikasi Politik." *Avant Garde* (researchgate) 11, no. 1 (2023): 134-147.
- Yadav, A., and D. K. Vishwakarma. "Sentiment Analysis Using Deep Learning Architectures: A Review." *Artificial Intelligence Review* 53 (2020): 4335-4385.
- Yusuf, F., H. Rahman, S. Rahmi, and A. Lismayani. "Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera." *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2023: 1-9.
- Zakariah, M. A., V. Afriani, and K. M. Zakariah. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka., 2020.
- Zhuravskaya, E., M. Petrova, and R. Enikolopov. "Political effects of the internet and social media." *Annual Review of Economics*, 2020: 415-438.