

DAFTAR PUSTAKA

- Abbiyyu, M. D., & Nindyaswari, D. A. (2022). enggunaan Buzzer dalam Hegemoni Pemerintahan Joko Widodo. *Langgas: Jurnal Studi Pembangunan*, 1(2), 70-81.
- Akmaliah, W. (2018). Bukan Sekedar Penggaung (Buzzers): Media Sosial dan Transformasi Arena Politik. *Jurnal Maarif*, 13(1), 9-25.
- Anugerah, B. (2022). Urgensi Pengelolaan Pendengung (Buzzer) Melalui Kebijakan Publik Guna Mendukung Stabilitas Politik Di Indonesia. *Jurnal Lemhannas RI*, 8(3), 155-171.
- Arbie, R. (2013). *Twitter is Money*. Jakarta: Mediakita.
- Ardipandanto, A. (2020). Dampak Politik Identitas Pada Pilpres 2019: Perspektif Populisme. *Politica*, 11(1), 43-63.
- Aswar, H., Zamzami, F. W., Widjayanti, A. K., & Priyansyah, A. (2022). Pertarungan Narasi Islam dalam Pemilihan Presiden Tahun 2019. *Politea : Jurnal Pemikiran Politik Islam*, 5(2), 241-257.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Bakker, A., & Zubair, A. C. (1994). *Metodologi penelitian filsafat*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.
- Becker, H. (1949). The Nature and Consequences of Black Propaganda. *American Sociological Review*, 14(2), 221-235.
- Boardman, P. C. (1978). "Beware the Semantic Trap": Language and Propaganda. *ETC: A Review of General Semantics*, 35(1), 78-85.

- Bertens, K. (1981). *Filsafat Barat Abad XX*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Chaer, A. (2015). *Filsafat Bahasa*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Cross, M. (2011). *Bloggerati, Twitterati: How Blogs and Twitter are Transforming Popular Culture*. California: ABC-CLIO.
- Dominick, J. R., & Wimmer, R. D. (1997). *Mass Media Research: An Introduction*. Wadsworth Pub.
- Fahlevi, R. (2022). Kampanye Capres dan Cawapres Pada Pemilu 2019: Efektivitas Penggunaan Buzzer di Media Sosial. *JPRMEDCOM : Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, 4(1), 1-26.
- Felicia, R. L. (2018). Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter. *Koneksi*, 2(2), 352-360.
- Fensi, F. (2019). Paradoks Bahasa “Cebong-Kampret” di Facebook sebagai Cermin Pertarungan Bahasa Politik Indonesia. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(2), 103-211.
- Finch, H. L. R. (1977). *Wittgenstein--the Later Philosophy: An Exposition of the Philosophical Investigations*. London: Humanities Press.
- Firdausi, I. A., Sucahya, M., Diniarizky, L., Faturahman, W., & Agustini, V. D. (2021). Gaduh Buzzer Politik di Era Jokowi. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 19-24.
- Frenki. (2021). Analisis Politisasi Identitas dalam Kontestasi Politik pada Pemilihan Umum di Indonesia. *AS-SIYASI: Journal of Constitutional Law*, 1(1), 30-49.

- Gie, T. L. (1984). *Metode-metode Filsafat*. Jakarta:Ghalia.
- Heyes, C. J. (Ed.). (2003). *The Grammar of Politics: Wittgenstein and Political Philosophy*. New York: Cornell University Press.
- Juditha, C. (2015). Political Marketing dan Media Sosial (Studi Political Marketing Capres RI 2014 melalui Facebook). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 19(2), 225 - 242.
- _____ (2019). Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika #3 Tahun 2019*, 199-212.
- Kaelan, M. S. (2006). *Perkembangan Filsafat Analitika Bahasa Dan Pengaruhnya Terhadap Ilmu Pengetahuan*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kenny, A. (2006). *Wittgenstein*. New Jersey: Wiley.
- Kotler, P. R., Armstrong, G., Frost, R. D., & Strauss, J. (1998). *Principles of Marketing and Internet-New Marketing Tool, 98 Package*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawan, R., Muliana, R. Y., Maesaroh, F., Nurcahyo, M. I., & Kusuma, A. J. (2021). Buzzer Media Sosial dan Pembentukan Perspektif Pemilih Millenial dalam Pemilu 2019. *JPW (Jurnal Politik Walisongo)*, 3(1), 54-72.
- Magee, B. (2001). *Talking Philosophy*. London: Oxford University Press.
- Menon, S. V. (2008). Political Marketing: A Conceptual framework. *Munich: Munich Personal RePEc Archive*.
- Mangunwijaya, Y. B. (1997). *Politik hati nurani*. Jakarta: Grafiasri Mukti.

- Mustansyir, R. (1988). *Filsafat Bahasa: Aneka Masalah Arti dan Upaya Pemecahannya*. Jakarta: Prima Karya.
- Muthahhari, T. (2017, November 2). *Politik di Era Industri Buzzer*. Tirto.ID.
Retrieved June 11, 2022, from
<https://tirto.id/politik-di-era-industri-buzzer-czqF>
- Nardilasari, A. P., Hananto, A. L., Hilabi, S. S., Tukino, & Priyatna, B. (2023). Analisis Sentimen Calon Presiden 2024 Menggunakan Algoritma SVM Pada Media Sosial Twitter. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 8(1), 11 - 18.
- Nasution, Z. (2007). Bahasa sebagai Alat Komunikasi Politik dalam Rangka Mempertahankan Kekuasaan. *Sodality: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*, 1(3), 445-464.
- Okta, K. R. (2003). Politik Bahasa Penguasa. *Politik Bahasa Penguasa*, 15(1), 1-16.
- Oxford (Ed.). (2012). *Oxford Student's Dictionary. Con CD-ROM*. Oxford: Oxford University Press.
- Panggabean, M. H. (1981). *Bahasa pengaruh dan peranannya*. Jakarta : Gramedia.
- Putri, R. A. (2020). Penggunaan Permainan Bahasa dalam Pidato Pemilihan Presiden 2019: Studi Kasus Pidato Jokowi. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 4(1), 168-183.
- Rachmadi, R., & Budianto, H. (2020). Political Branding Tagar #2019gantipresiden Dalam Meningkatkan Elektabilitas Partai Keadilan

Sejahtera Di Ranah Media Sosial. *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya*

Syar-i, 7(6), 1149-1162.

Rif'an, F. A. (2020). Politik Identitas dan Perilaku Pemilih pada Pilpres 2019:

Studi di Kota Palembang Sumatera Selatan. *JPW (Jurnal Politik*

Walisongo), 2(2), 83-100.

Ronaldo, R., & Darmaiza. (2021). Politisasi Agama dan Politik Kebencian pada

Pemilu Presiden Indonesia 2019. *Indonesian Journal of Religion and*

Society, 3(1), 33-48.

Saputro, A. (2023). Agama Dan Negara : Politik Identitas menuju Pilpres 2019.

Asketik, 2(2), 111-120.

Sazali, H., Rahim, U. A., Marta, R. F., & Gatcho, A. R. (2022). Mapping Hate

Speech about Religion and State on Social Media in Indonesia.

Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(2), 189-208.

Sihidi, I. T., Roziqin, A., & Suhermanto, D. F. (2020). Pertarungan Populisme

Islam dalam Pemilihan Presiden 2019. *JHIP: Jurnal Ilmiah Ilmu*

Pemerintahan, 5(2), 174-189.

Sinpeng, A., & Tapsell, R. (Eds.). (2021). *From Grassroots Activism to*

Disinformation: Social Media in Southeast Asia. Singapura: ISEAS -

Yusof Ishak Institute.

Sonny. (2019). Peta Politik Identitas Di Indonesia: Studi Terpilihnya K.h. Ma'ruf

Amin Sebagai Bakal Cawapres Bakal Capres Inkumben Joko Widodo

Pada Pilpres 2019. *Jurnal Renaissance*, 4(1), 443-455.

- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47-66.
- Sumarsono. (2002). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Titus, H. (1993). *Living Issues in Philosophy* (H. Titus, M. Smith, & R. Nolan, Eds.). Oxford: Oxford University Press, Incorporated.
- Triantoro, D. A. (2019). Praktik Politik Identitas dalam Akun Media Sosial Anies-Sandi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 19-40.
- Wibowo, W. (2011). Pemantapan Prinsip Bahasa Biasa Sebagai Upaya Pemutakhiran Metode Analisis Pesan Komunikasi. *Kajian Linguistik dan Sastra*, 23(1), 8-18.
- Wilujeng, S. R. (2012). Bahasa Politik dalam Perspektif Filsafat Bahasa Ludwig Wittgenstein. *HUMANIKA*, 16(9), 1 - 13.
- Wittgenstein, L. (1965). *The Blue and Brown Books*. New York: Harper Collins.
- _____. (2009). *Philosophical Investigations* (P. M. S. Hacker, G. E. M. Anscombe, & J. Schulte, Eds.; G. E. M. Anscombe, J. Schulte, & P. M. S. Hacker, Trans.). New Jersey: Wiley.
- _____. (2021). *Tractatus Logico-Philosophicus: Centenary Edition* (L. Bazzocchi, Ed.). London: Anthem Press.
- Wulandari, C. D., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2023). Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 134-147.

- Wulolo, C. M., & Renmaur, E. S. (2019). Meredam Konflik dalam Pusaran Siber dalam Proses Penetapan Hasil Rekapitulasi Pemilu Serentak 2019. *Jurnal Penelitian Politik*, 16(2), 167–178.
- Yuliahsari, D. (2015). The Messenger Volume VII, Nomor 1, Edisi Januari 2015 41 Pemanfaatan Twitter Buzzer Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda dalam Pemilihan Umum. *The Messenger*, 7(1), 41-48.
- Yunus, N. R., Susilowati, I., & Zahrotunnimah. (2019). Kecebong Versus Kampret; Slogan Negatif Dalam Komunikasi Politik Pada Pemilihan Presiden 2019. *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i*, 6(4), 405-416.