

ANALISIS RETORIKA DAN PROPAGANDA ANIES BASWEDAN: EDISI KE-3 TAHUN 2024

¹Ratih Saspira [Institut Agama Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]

²Titien Yusnita [Institut Agama Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]

³Febri Palupi Muslikhah [Institut Agama Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]

E-mail: Ratih.saspira21@gmail.com

Abstract

Ahead of the general election, the third edition of the debate between presidential candidate Anies Baswedan. This debate is related to the work program that will be carried out after being elected as president of the Republic of Indonesia. The third edition of the debate with the theme "Defense, Security, Geopolitics, and International Relations" has one of the debates that invites pros and cons. The audience feels empathy with the debate because of that. The micro, macro, and superstructure structures surrounding the debate between presidential candidate Anies Baswedan are revealed in this study. This descriptive qualitative study uses the Teun A. van Dijk model method. Data were taken from discussions in the debate. The results of the study indicate that advertisements have micro, macro, and superstructure components.

Keywords: Presidential Candidate Anies Baswedan Debate, Critical Discourse Analysis, Van Dijk.

Abstrak

Menjelang pemilihan umum debat edisi ketiga calon presiden Anies Baswedan. Debat ini yang berkaitan dengan program kerja yang akan dilakukan setelah terpilih sebagai presiden Republik Indonesia. Edisi ketiga debat dengan tema "Pertahanan, Keamanan, Geopolitik, dan Hubungan Internasional" memiliki salah satu debat yang mengundang pro dan kontra. Penonton merasa empati dengan debat karena itu. Struktur mikro, makro, dan superstruktur yang mengelilingi debat calon presiden Anies Baswedan diungkapkan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan metode model Teun A. van Dijk. Data diambil dari pembicaraan dalam debat tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan memiliki komponen struktur mikro, makro, dan superstruktur.

Kata Kunci: Debat Calon Presiden Anies Baswedan, Analisis Wacana Kritis, Van Dijk

PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia sedang diramaikan dengan kampanye politik yang sangat ramai dibicarakan. Tahun ini, akan terjadi sebuah peristiwa penting bagi bangsa Indonesia yang akan menentukan arah Indonesia untuk lima tahun ke depan. Pemilihan presiden dan wakil presiden telah resmi diumumkan pada tanggal 14 Februari 2024 dengan mengusung tiga calon presiden dan pasangan calon presiden, nomor urut satu adalah Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto – Gibran RakaBuming Raka, dan Ganjar Pranowo – Mahfud MD. Sesuai ketentuan Pasal 275 ayat (1) huruf h Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan

Umum, KPU memfasilitasi salah satu pelaksanaan metode kampanye, yaitu debat

Pasangan Calon yang dapat didanai oleh APBN (Goodstats, 2024).

Edisi ketiga debat calon presiden tahun 2024 diharapkan dapat menjadi titik penting bagi para kandidat untuk lebih memperkuat posisi mereka di hadapan masyarakat. Debat capres edisi ketiga yang dijadwalkan pada Minggu, 7 Januari 2024, mengusung tema Pertahanan, Keamanan, Geopolitik, dan Hubungan Internasional. Sebelum pelaksanaan debat berlangsung, warganet berspekulasi bahwa kandidat capres nomor urut 2 Prabowo Subianto akan diunggulkan karena latar belakangnya di militer serta menjabat sebagai Menteri Pertahanan. Namun, pada kenyataannya terdapat temuan anomali respons sentimen warganet yang tidak sejalan dengan hipotesis awal tersebut.

Warganet secara keseluruhan menekankan dua aspek saat debat berlangsung yaitu inti narasi ide dan cara penyampaian (gimik) dari setiap kandidat. Mengacu pada hasil temuan Cakradata, Ganjar Pranowo mendapatkan perhatian dengan sentimen positif yang tinggi karena dianggap berhasil menjadi pusat perhatian selama rangkaian debat capres kedua. Di sisi lain, Prabowo Subianto mendapat sorotan sentimen negatif yang lebih dominan, yakni sebesar 51% dan sentimen positif sebesar 29%. Sementara itu, Anies Baswedan memperoleh sorotan sentimen positif sebesar 53% dan sentimen negatif sebesar 32%. Sentimen merupakan bidang studi yang menganalisis opini, sentimen, evaluasi, dan emosi masyarakat terhadap produk, layanan, individu, organisasi, isu, topik, dan peristiwa tertentu (Liu, 2012).

Perdebatan sengit yang ditandai dengan penggunaan propaganda dan strategi retorika oleh para kandidat presiden menghadirkan subjek yang menarik untuk dianalisa. Propaganda dapat berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan citra diri, menyerang lawan, dan membentuk opini publik secara positif. Sebaliknya, keterampilan retorika juga menjadi penting untuk menyampaikan pesan politik secara efektif.

Anies Baswedan yang hanya mampu membentuk opini dan oposisi serta menjaga citranya, dapat dipahami karena latar belakangnya sebagai akademisi. Pekerjaan seorang akademisi hanya menyampaikan pendapat dan beretorika (Dzaky et al., 2019). Retorika tidak hanya merujuk pada kapasitas berbicara/pidato yang lancar, 3 tetapi juga kemampuan berbicara/pidato dengan singkat, jelas, padat, persuasif, dan mengesankan. Dalam komunikasi politik yang bersifat persuasif, retorika menjadi aset yang sangat krusial.

Hal ini menggambarkan pentingnya strategi komunikasi publik yang efektif dalam membentuk sikap publik terhadap isu-isu yang relevan. Penggunaan bahasa yang persuasif membantu memengaruhi keyakinan dan sikap masyarakat, sementara citra yang kuat membangkitkan emosi dan meningkatkan dampak pesan yang disampaikan. Selain itu, keselarasan dengan nilai-nilai sosial setempat memperkuat relevansi pesan dalam konteks

masyarakat, sehingga meningkatkan hubungan emosional dan penerimaan pesan (Nugroho, 2015).

Peneliti bermaksud mengungkap sejumlah pernyataan Anies Baswedan pada debat capres ketiga tahun 2024. Penggunaan teori analisis wacana Van Dijk karena teori ini menggunakan unsur kebahasaan. Menurut Van Dijk, wacana terdiri dari tiga dimensi, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial (Risa & Anwar, 2021). Untuk itu, penelitian ini tidak hanya menganalisis penggunaan propaganda dan strategi retorika yang digunakan oleh calon presiden Anies Baswedan dalam debat ketiga. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis wacana kritis (CDA) Van Dijk, yang memungkinkan peneliti untuk mengkaji hubungan antara bahasa dan ideologi. Hal ini karena teknik CDA, menurut Jorgensen dan Philips dalam buku mereka, *Discourse Analysis as Theory and Method*, memandang wacana sebagai praktik sosial budaya yang tidak hanya bersifat diskursif secara linguistik. Lebih jauh, wacana juga memiliki hubungan dialektis dengan dimensi sosial lain yang berfungsi secara ideologi (Jorgensen & Philips, 2002). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis retorika dan propaganda yang dilakukan oleh Anies Baswedan saat debat edisi ke tiga tahun 2024.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam jenis penelitian perpustakaan. Data penelitian ini didapatkan dari data primer dan data sekunder, serta membandingkannya dengan penelitian sebelumnya.

Debat yang berjalan dengan intensitas tinggi, dipenuhi dengan penggunaan propaganda dan strategi retorika oleh para calon presiden, menghadirkan fenomena menarik untuk diteliti. Dalam kerangka penelitian kualitatif, salah satu metode analisis yang bisa digunakan adalah Analisis Wacana Kritis (AWK) yang dikembangkan oleh Van Dijk. Metode ini memungkinkan kita untuk menggali lebih dalam mengenai tayangan debat calon presiden yang disiarkan pada tanggal 7 Januari 2024. Data dan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa poin. Berikut adalah tiga poin utama yang dibahas secara rinci: (1) analisis struktur makro, (2) analisis super struktur, dan (3) analisis struktur mikro. Proses analisis ini dilakukan berdasarkan keseluruhan percakapan yang berlangsung selama acara.

Analisis Struktur Makro

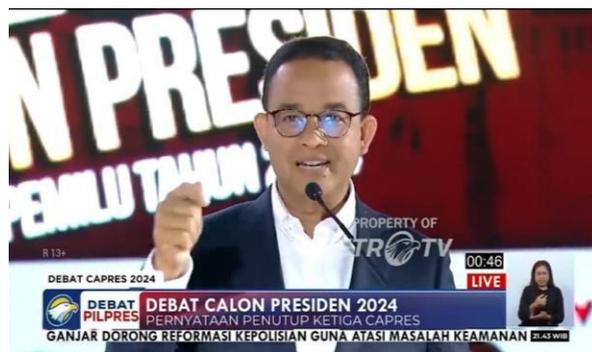
Struktur mikro dalam analisis wacana kritis menurut Van Dijk dapat dikategorikan sebagai makna global (Muslimat et al., 2021). Makna global yang terkait dengan Anies Baswedan mencerminkan gambaran umum tentang sosoknya sebagai subjek penelitian. Struktur makro adalah tentang makna keseluruhan yang muncul dari tema atau topik yang dibahas. Ini terlihat dari cara penggunaan bahasa dalam suatu wacana (I NYOMAN PAYUYASA, 2017).

Anies Baswedan menempuh pendidikan dasarnya di Ibukota Jakarta, sebelum melanjutkan ke pendidikan tinggi di Universitas Gadjah Mada dan Universitas Illinois Utara, Amerika Serikat. Ia meraih gelar sarjana di bidang Ilmu Politik dari Universitas Gadjah Mada pada tahun 1995, diikuti dengan gelar magister di bidang yang sama dari Universitas Illinois Utara pada tahun 1997. Selanjutnya, Anies menyelesaikan pendidikan doktoral di bidang Ilmu Politik di Universitas Negeri New York pada tahun 2007 (Anies, 2024).

Struktur makro dalam sebuah teks mencakup topik atau tema yang disajikan. Tema merupakan gagasan utama yang mendasari teks tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ndruru et al., 2024), yang juga mengeksplorasi unsur makro dalam teks pidato Joko Widodo mengenai Undang- Undang Cipta Kerja. Terkait dengan tema berita yang diangkat, penulis memberikan beberapa penjelasan tambahan untuk memperkuat informasi, sehingga lebih mudah dipahami oleh pembaca. Hal ini penting agar dalam suatu berita tidak muncul persepsi yang menyesatkan, dan agar berita yang disampaikan tidak hanya dianggap sebagai opini semata.

Penerapan unsur – unsur kebahasaan dalam teks pidato ini merupakan bagian dari strategi komunikasi yang sangat terkait dengan dunia politik. Pemilihan kata, penyusunan kalimat, serta penggunaan gaya bahasa tertentu harus dipahami sebagai bagian dari praktik politik dalam berkomunikasi (Djik, 1999). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wacana kritis adalah suatu bentuk analisis yang terfokus pada kajian dimensi sosial yang melatarbelakangi wacana yang disampaikan, serta tujuan di baliknya, termasuk aspek politik, konteks sosial, dan budaya (Risa & Anwar, 2021). Dalam video acara debat calon presiden 2024 yang diselenggarakan pada 7 Januari 2024, acara dimulai dengan penyampaian visi dan misi calon presiden Anies Baswedan selama empat menit.

Dalam penyampaian tersebut, Anies memanfaatkan strategi retorika klasik untuk mengkomunikasikan visi misinya dengan efektif (Habibi & Yuliana, 2024). Secara keseluruhan, debat calon presiden ini membahas berbagai topik, termasuk pertahanan, keamanan, hubungan internasional, globalisasi, geopolitik, dan politik luar negeri. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ethos, pathos, dan logos, Anies berhasil menyampaikan argumen-argumennya dengan sangat meyakinkan. Tema utama dalam debat tersebut juga mencakup isu-isu terkait kinerja kementerian pertahanan yang dipimpin oleh Prabowo Subianto.



Sumber: Youtube MertoTV

Dari visi misi yang disampaikan pada menit 17:18–21:12, terlihat bahwa Anies Baswedan meyakinkan orang untuk percaya padanya. Dia juga berusaha menetapkan dirinya sebagai calon yang unggul dan dapat memenuhi janjinya di kemudian hari. Pada presentasi visi, misi, dan program kandidat, Anies membahas

serangan siber pada sistem keamanan digital Kemenhan pada tahun 2023 dan pembelian alat utama sistem persenjataan (alutsista) bekas, serta proyek lumbung pangan yang dianggap merusak lingkungan pada menit ke 20:18 (Com, 2021). Dalam Retorika, Aristoteles membahas hubungannya dengan dialektika sebagai satu sistem. Karena orang lain membutuhkan untuk menyuarakan dan mempertahankan pendapat mereka, tidak peduli apakah mereka menyerang atau tidak (Habibi & Yuliana, 2024).

Analisis Super Struktur

Analisis super struktur berhubungan dengan kerangka dan dialog-dialog yang digunakan dalam debat tersebut. Super struktur mengacu kepada makna setiap kata atau kalimat yang diutarakan dan bagian-bagian dalam teks (Risa & Anwar, 2021). Dalam topik berita yang disajikan, banyak didukung oleh penyajian informasi debat yang sangat skematik, hal ini dapat terlihat dari struktur debat yang dikemas secara runtut yang dapat dilihat dari sebuah kampanye yang utuh. Dari segi skematik, pada teks debat diawali dengan adanya pemberitaan topik sebagai sebuah gambaran awal mengenai sebuah hasil survey yang telah dilakukan pada periode kepresidenan sebelumnya dan yang akan dilakukan oleh presiden di tahun 2024 sampai dengan tahun 2029 di Indonesia.

Pada konteks pemberian tema, banyak dikaitkan dengan alur debat yang akan diangkat sampai debat tersebut berakhir. Tidak hanya itu, dalam acara debat sebuah informasi yang disampaikan oleh calon presiden juga memiliki berbagai ideologi dalam mengembangkan kosakata serta membuat berita semakin valid dengan memberikan beberapa tanggapan dari calon presiden yang lain yang membuat penonton atau masyarakat mengerti dari tema yang disampaikan serta dilihat dari penggunaan survey yang membuat data yang dikupas menjadi lebih valid dan mudah diterima oleh kalangan masyarakat.

Retorika yang menonjolkan pentingnya diplomasi budaya sebagai strategi untuk memperkuat citra Indonesia di mata dunia. Dengan menekankan bahwa setiap kunjungan presiden akan melibatkan delegasi kebudayaan, seni, dan dagang, Anies

membangun narasi bahwa Indonesia adalah negara yang kaya budaya dan memiliki potensi besar untuk dipromosikan secara global. Ini adalah bentuk retorika yang bertujuan membangkitkan rasa bangga nasional dan memperkuat identitas budaya. Sedangkan propaganda yang dilakukan sebagai upaya untuk memposisikan dirinya sebagai pemimpin yang memiliki visi strategis dan inovatif dalam diplomasi. Dengan menyebutkan bahwa media internasional akan memperhatikan setiap kunjungan presiden, ia menciptakan gambaran bahwa pendekatannya lebih efektif dalam memanfaatkan peluang diplomasi untuk kepentingan nasional.

Anies Baswedan menggunakan beberapa teknik retorika dan propaganda yang dapat dianalisis sebagai berikut:

a. Retorika

1. Penggunaan Emosi (Pathos): Anies mengungkapkan rasa syukur dan kebanggaan terhadap budaya Indonesia, yang dapat membangkitkan emosi positif di kalangan pendengar. Ini menciptakan ikatan emosional dengan audiens.
2. Pengulangan (Repetition): Frasa “delegasi kebudayaan” dan penekanan pada pentingnya membawa budaya Indonesia saat kunjungan luar negeri diulang untuk menguatkan pesan dan menjadikannya lebih mengena di ingatan.
3. Pernyataan yang Menggugah (Anecdotes): Dengan menyebutkan bahwa setiap kunjungan presiden akan diperhatikan media, Anies menekankan pentingnya momen tersebut untuk promosi budaya Indonesia.

b. Propaganda

1. Membangun Citra Positif: Dengan menyatakan bahwa setiap presiden harus membawa delegasi kebudayaan, Anies menciptakan gambaran bahwa dia akan melanjutkan tradisi positif ini, yang berpotensi meningkatkan dukungan publik.
2. Menyampaikan Janji dan Visi: Menyatakan rencana untuk tidak hanya melakukan rapat, tetapi juga terlibat dalam aktivitas kebudayaan, memberikan kesan bahwa dia memiliki visi yang lebih luas dan holistik untuk diplomasi Indonesia.

3. Menekankan Keunggulan Budaya: Dengan menyoroti kekayaan budaya Indonesia, Anies berusaha memperkuat identitas nasional dan menumbuhkan kebanggaan di kalangan rakyat, yang bisa berfungsi sebagai alat untuk menarik dukungan.

Penggunaan retorika dalam pernyataan Anies bertujuan untuk membangun koneksi emosional dan menciptakan citra positif, sementara unsur propaganda berfokus pada promosi kekayaan budaya Indonesia dan visi yang lebih luas untuk diplomasi. Ini menunjukkan strategi komunikasi yang efektif untuk menarik dukungan dalam konteks pemilihan presiden.

Analisis Struktur Mikro

a. Analisis Semantik

Dalam analisis menggunakan teori Van Dijk, yang menjadi fokusnya adalah latar, detail, maksud, dan praanggapan.

1. Latar

Latar berkaitan dengan penentuan arah pandangan masyarakat terhadap debat yang disajikan. Dengan adanya latar, penulis dapat mengetahui maksud atau pesan yang ingin disampaikan dalam debat tersebut. Hal yang melatarbelakangi diadakannya debat calon presiden dan wakil presiden ialah konteks situasi saat itu, yaitu kampanye pemilihan presiden 2024, sebagai bahan pertimbangan masyarakat dalam memilih presiden yang mampu membawa nama Indonesia menjadi jauh lebih baik. Secara garis besar, latar debat calon presiden tersebut membawa pandangan masyarakat terhadap program kerja yang akan diterapkan apabila terpilih menjadi presiden dan dapat mensejahterakan seluruh rakyat Indonesia dalam sektor Pertahanan, Keamanan, Geopolitik, dan Hubungan Internasional.

2. Detail

Unsur detail dalam debat tersebut ialah menonjolkan karakter pemimpin yang layak memimpin Indonesia kelak. Penonjolan karakter pemimpin tersebut digambarkan secara detail, mulai dari masalah yang terjadi di Indonesia, hubungan antara Indonesia dengan negara lain, hingga pertahanan di Indonesia. Dalam penutup debat, masing – masing calon

presiden dijelaskan alasan dari program kerja yang telah mereka susun tersebut akan dilakukan seperti yang mereka sampaikan saat sesi penyampaian visi misi dan tanya jawab antar calon presiden.

3. Maksud

Maksud disini mengacu kepada sifat informasi yang disajikan dalam debat calon presiden. Secara garis besar, pesan yang diberikan dalam debat bersifat eksplisit dan dapat dipahami oleh masyarakat umum. Muatan promosi program kerjanya sendiri bersifat implisit. Debat calon presiden tidak secara jelas mempromosikan program kerjanya, namun ada beberapa kata yang terucap seperti saling menjatuhkan. Secara tidak langsung bertujuan mengajak masyarakat untuk menilai kinerja menteri pertahanan terkait pembelian alutsista bekas. Hal tersebut didasarkan pada latar belakang pengucapan kalimat tersebut.

4. Praanggapan

Praanggapan merupakan fakta yang belum bisa dibuktikan kebenarannya. Debat calon presiden edisi ketiga ini memiliki praanggapan bahwa apa yang disampaikan Anies dalam debat tersebut data paling benar terkait kinerja pemerintah selama ini dan justru mengajak masyarakat untuk memberikan stigma negatif kepada Prabowo selaku menteri pertahanan yang dimaksud oleh Anies. Anies: “Sebelum saya menjawab pertanyaan itu saya akan mengklarifikasi data yang meleset. Maaf bapak Prabowo, angkanya terlalu kecil.” Prabowo: “itu pun salah” Anies: “saya klarifikasi” Prabowo: “itu pun salah!” Dalam dialog tersebut, tentu saja awalnya masyarakat mengira bahwa data yang disampaikan Anies benar adanya. Kenyataannya, Prabowo mengatakan data tersebut masih salah. Dalam dialog diatas Anies meyakinkan masyarakat dengan data yang dimilikinya yang ternyata disaut langsung oleh Prabowo terkait data yang salah disampaikan Anies.

b. Analisis Sintaksis

Komponen sintaksis yang dianalisis ialah bentuk kalimat, koherensi, pengingkaran, dan kata ganti. Bentuk Kalimat Kalimat dalam debat tersebut menggunakan pola induktif (Risa & Anwar, 2021).

1. Koherensi

Penanda koherensi mengacu pada kesinambungan makna dari antar kalimat. Koherensi menyangkut pada kelogisan serta keterkaitan suatu paragraph seperti dalam ungkapan “Di saat tentara kita lebih dari separuh tidak memiliki rumah dinas. Sementara menterinya punya, menurut pak pak pak Jokowi punya lebih dari 320 hektar tanah di Republik ini. Ini harus dirubah, tambah lagi food estate singkong yang menguntungkan koloni, merusak lingkungan dan tidak menghasilkan. Ini harus diubah, kami akan memulai dengan kepemimpinan yang menjunjung tinggi etika, kepemimpinan yang mengandalkan data informasi kapasitas yang serius.”

2. Peningkaran

Tujuan dari debat tersebut memang tidak digambarkan secara jelas, tetapi ada ucapan Anies dengan perkataan. Ucapan Anies secara implisit mengajak masyarakat mempercayai apa yang ia katakan.

3. Kata Ganti

Kata ganti yang terdapat dalam debat ini ialah nama orang, kementerian pertahanan yang mengacu kepada Prabowo. “Jangan hutang itu digunakan untuk kegiatan non produktif. Misalnya, hutang dipake untuk membeli alutsista bekas oleh kementerian pertahanan.”

c. Analisis Stilistika

Stilistika merupakan kajian yang berkaitan dengan penggunaan gaya bahasa yang digunakan dalam sebuah wacana. Stilistika biasa digunakan untuk memberikan kesan berbeda atau ciri khas yang biasanya disampaikan oleh orator (Risa dan Anwar 2021). “kita berhadapan dengan climate crisis yang biaya untuk menghadapi climate crisis itu tinggi sekali” Kata climate crisis umumnya merujuk kepada suatu frasa atau kata benda. Akan tetapi, kata climate crisis merupakan kata yang memiliki makna yang sama dengan perubahan iklim. Kata diatas dapat diartikan sebagai berikut “Indonesia berhadapan dengan perubahan iklim yang membutuhkan biaya tinggi sekali untuk mengatasi perubahan iklim tersebut.”

d. Analisis Retorik

Analisis retorik metafora yang terdapat dalam debat merupakan metafora kreatif yang diciptakan oleh Anies menggunakan bahasa dengan tujuan untuk menciptakan efek imajinatif dalam mengekspresikan ide atau perasaan dalam komunikasi baik komunikasi lisan maupun komunikasi tulis (Setiji et al., 2017).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data wacana dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model Van Dijk, dapat disimpulkan beberapa hal. Pada penerapan prinsip-prinsip retorika Anies Baswedan dalam debat calon presiden edisi ketiga, ditemukan bahwa ia mampu mengimplementasikan kelima prinsip dan tipe retorika yang efektif. Dari tayangan video debat yang diperoleh dari Metro TV, Anies Baswedan secara jelas mengungkapkan pendapat, argumen, sanggahan, dan pertanyaan kepada kandidat lainnya.

Melalui analisis yang dilakukan, penulis mengidentifikasi tiga unsur penting yang dibahas oleh Van Dijk dalam wacana kritis, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa dalam paparan program kerjanya, Anies Baswedan menyampaikannya dengan cara yang lebih implisit. Meskipun debat tersebut tidak mengandung kalimat yang bersifat persuasif secara eksplisit, jika ditelusuri lebih lanjut, dapat disimpulkan bahwa debat Anies Baswedan edisi ketiga mampu mempengaruhi masyarakat dengan menarik rasa empati mereka.

Selain itu, debat ini juga mengangkat tema-tema yang sangat relevan dan berpengaruh besar terhadap kemajuan Indonesia, semakin memperkuat posisi dan daya tariknya di mata *public*.

DAFTAR PUSTAKA

-
- Anies, G. (2024). *Anies Baswedan: Dari Pendidikan Hingga Politik*.
- Com, K. (2021). *A Critical Discourse Analysis of Jakarta Massive Flood News in*. 6(1), 22–35.
- Djik, V. (1999). *Critical Discourse Analysis*.
- Dzaky, A., Yogyakarta, U. M., Azizah, A., Yogyakarta, U. M., Nugroho, D. I., & Yogyakarta, U. M. (2019). *Tugas manajemen dan kepemimpinan*. June.
- Goodstats. (2024). *KPU: 52% Pemilih Pemilu 2024 Adalah Pemilih Muda*.
- Habibi, M. I., & Yuliana, N. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI RETORIKA KLASIK ANIES BASWEDAN PADA DEBAT PERTAMA CAPRES 2024*. 5(1).
- Jorgensen, M. W., & Philips, L. J. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*.
- Liu, B. (2012). *Sentimen Analysis and Opinion Mining*. Morgan & Claypool Publishers.
- Muslimat, A. F., Lukman, & Hadrawi, M. (2021). Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk atas Nyanyian Bugis Seddi Juta Tellu Ratu. *Al Munzir*, 14(1), 93–112.
- Ndruru, K., Daely, B., Fau, H. S., Duha, A., Ziraluo, M., & Zagoto, A. (2024). Analisis Wacana Kritis dalam Pidato Joko Widodo Tentang Undang-Undang Cipta Kerja. *Journal of Education*, 06(02), 14553–14558.
- Nugroho. (2015). *Strategi Komunikasi Pemerintah Melalui Poster dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Bahaya Narkoba*.
- Risa, F. A., & Anwar, M. (2021). Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk Pada Iklan Ramayana Department Store (A Critical Discourse Analysis on Ramayana Department Store Advertisement: Teun A. van Dijk's Model). *Suar Betang*, 16(2), 159–167. <http://suarbetang.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/BETANG/article/view/232>
- Setiji, A. B., Jufri, & Nensilanti. (2017). *STRUKTUR FRASA METAFORA DALAM WACANA NARASI KAJIAN SEMANTIK*.