

STRATEGI TUTUR PEJABAT NEGARA DALAM WAWANCARA YOUTUBE PERSPEKTIF ANALISIS WACANA KRITIS

Hersila Astari Pitaloka

Fakultas Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

hersila_ap@syariah.uin-malang.ac.id

ABSTRAK: Artikel ini bertujuan untuk memaparkan analisis wacana kritis pada tuturan pejabat publik dalam wawancara di konten Youtube. Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data dianalisis menggunakan model analisis wacana kritis yang diadaptasi dari Norman Fairclough, yaitu deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi mempengaruhi pola penyampaian informasi yang ada di masyarakat. Media massa resmi, awalnya, menjadi pusat informasi dan alat kontrol sosial. Namun, di era teknologi ini, masyarakat bisa dengan mudah menjadi sumber informasinya sendiri. Salah satu platform yang digunakan saat ini adalah Youtube. Tidak hanya masyarakat umum, Youtube juga dimanfaatkan oleh pejabat negara untuk menyampaikan informasi. Akan tetapi, pejabat negara tentu memiliki tujuan, yakni pembentukan citra politik. Hasil analisis wacana kritis menemukan tujuh strategi tuturan yang digunakan, yaitu (1) penegasan dengan deskripsi diri, (2) penegasan dengan analogi, (3) penggunaan pertanyaan retorik, (4) pemberian penjelasan, (5) pemaparan program, (6) pemberian persetujuan dengan alasan, dan (7) pemberian jawaban normatif. Berdasarkan hasil penelitian, keseluruhan strategi tersebut memiliki modusnya masing-masing, yang dikelompokkan menjadi 3, yakni (1) penggambaran citra positif, (2) pembentukan citra untuk meminta dukungan, dan (3) penjelasan kesalahpahaman masyarakat.

KATA KUNCI: Analisis Wacana Kritis; Citra Politik; Media Massa; Modus Tuturan; Youtube

SPEECH STRATEGIES OF STATE OFFICIALS IN YOUTUBE INTERVIEWS CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS PERSPECTIVE

ABSTRACT: This article aims to describe critical discourse analysis on the speeches of public officials in interviews on Youtube content. The type and research approach used is descriptive qualitative. The data were analyzed using a critical discourse analysis model adapted from Norman Fairclough, namely description, interpretation and explanation. The results of the study indicate that the development of information technology influences the scheme of information delivery in society. Initially, the official mass media became a center of information and a means of social control. However, in this technological era, people can easily become their own source of information. One of the platforms used today is Youtube. Not only by the public society, Youtube is also used by state officials to convey information. However, state officials certainly have a goal, namely the formation of a political image. The results of critical discourse analysis found seven strategies of speech in interview, namely (1) affirmation with self-description, (2) affirmation with analogy, (3) use of rhetorical questions, (4) giving explanations, (5) program presentations, (6) giving approval with reasons, and (7) providing normative answers. Based on the results of the research, all of these schemes have their respective modes, which are grouped into 3, namely (1) depicting a positive image, (2) forming an image to ask for support, and (3) explaining people's misunderstandings.

KEYWORDS: Critical Discourse Analysis; Political Image; Mass Media; Youtube

Diterima:
2024-02-09

Direvisi:
2024-03-03

Disetujui:
2024-03-31

Dipublikasi:
2024-03-31

Pustaka : Pitaloka, H. (2024). STRATEGI TUTUR PEJABAT NEGARA DALAM WAWANCARA YOUTUBE PERSPEKTIF ANALISIS WACANA KRITIS. Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 20(1), 151-165. doi:<https://doi.org/10.25134/fon.v20i1.9349>

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial sangat masif saat ini. Pada awalnya, media massa berfungsi sebagai alat kontrol sosial oleh masyarakat kepada pemerintah. Namun perkembangan media teknologi dan terciptanya media sosial telah memudahkan pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat atau masyarakat kepada pemerintah. Kontrol sosial tidak hanya dilakukan oleh jurnalis dan pemilik media massa, tetapi juga oleh masyarakat.

Media sosial dewasa ini tidak hanya menjadi *platform* yang menyediakan kolom pesan tertulis, tetapi juga melalui visual atau gambar, suara, bahkan suara dan gambar. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram menawarkan bentuk penyampaian pesan ini. Namun, untuk video yang lebih panjang, Youtube menjadi pilihan baru bagi publik figur dan politisi untuk melakukan pencitraan. Citra politik terbentuk karena komunikasi politik yang berperan sebagai penyaluran informasi dari partai dan politisi kepada publik. Untuk mendistribusikan informasi ini, partai, elite politik, politisi, dan aktivis menggunakan media sebagai corong informasi (VOI, 2021).

Sejak tahun 2012 hingga sekarang, di Indonesia, akun-akun Youtube marak menyajikan video-video berisi pernyataan-pernyataan politik yang mengklarifikasi suatu masalah, baik oleh politisi dan pejabat negara yang sering muncul di media massa maupun yang kurang populer. Youtube juga digunakan sebagai media untuk mengklarifikasi dan membuat pernyataan politik oleh para politisi atau pejabat negara yang merasa mendapat liputan negatif dari media massa arus utama (Arofah, 2015). Praktik wacana di sini merupakan representasi dari kecenderungan yang lebih umum untuk menata ulang tatanan wacana penyiaran politik, khususnya melalui penggambaran

ulang batas-batas antara praktik diskursif (dan tatanan wacana) dari ruang publik politik tradisional, ruang privat 'dunia kehidupan', dan media sebagai institusi hiburan (Mair & Fairclough, 1997).

Dalam perkembangannya, beberapa publik figur memiliki *channel* Youtube privat dengan tujuan untuk lebih dekat dengan masyarakat. Selain itu, konten di *channel* Youtube para figur publik dan politisi dapat menciptakan citra yang diinginkan. Masyarakat dapat mengenali citra sosok yang terbentuk melalui tayangan Youtube. Namun, target *audience* Youtube menurut akun-akun publik figur tersebut tidak bisa menjangkau beberapa golongan, yakni *millennials* atau milenial yang termasuk dalam pemilih muda. Oleh karena itu, untuk membidik kalangan tersebut, publik figur dan politisi memilih *channel* yang memiliki *followers* banyak. Hal ini dilakukan agar informasi yang akan disampaikan mendapat perhatian lebih. Beberapa kanal Youtube yang dihadiri tokoh masyarakat dan politisi kebanyakan dimiliki oleh para pekerja seni yang sudah tenar di televisi nasional. Beberapa konten Youtube yang dihadiri oleh publik figur dan politisi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Akun	Judul	Pengikut	Penonton
Nebeng Boy (Boy William)	Belajar Pengalaman Hidup Bersama Pak Jokowi	4,2 juta	12 juta
Deddy Corbuzier	Habis Semua!!Prabowo Perdana Bicara	15 juta	13 juta
Deddy Corbuzier	Pak Luhut Jangan Marah, Mau Nanya	15 juta	4,9 juta

Rans Entertainment	Rahasia Pak Jokowi	21 juta	1,2 juta
Boy William	Istana Ganjar Pranowo Ternyata...	4,2 juta	4 juta

Kehadiran pejabat publik dan politisi di media sosial sepertinya sedang menjadi tren saat ini. Wisnu Prasetyo Utomo, dosen Jurnalistik Universitas Gajah Mada, mengatakan di kanal Youtube Narasi TV News tentang alasan pejabat publik dan politisi muncul di media sosial, salah satunya Youtube. Pertama, para figur publik dan politisi ini menemukan zona nyaman untuk menyampaikan ide dan gagasan politiknya yang tidak mudah dilakukan di media konvensional. Ketika menyampaikan gagasannya di media konvensional, jurnalis akan lebih kritis untuk memverifikasi setiap pernyataan. Kedua, jurnalis dapat melewati kebijakan redaksional dan membangun *framing* yang dibutuhkan oleh masing-masing media dan terkadang berbeda dengan kepentingan politik figur tersebut. Ketiga, komunikasi melalui media sosial memungkinkan figur publik dan politisi untuk mengontrol citranya sendiri (Narasi Newsroom, 2022).

Hal senada disampaikan Inaya Rokhmani, Sosiolog Media Universitas Indonesia melalui Youtube Narasi TV News. Maksud dari kemunculan publik figur dan politisi di media sosial adalah menasar pemilih yang basis sosialnya masih mengambang. Pengguna media sosial dipenuhi oleh kaum milenial dan *zillennial* yang bisa dikatakan sebagai *swing* pemilih. Maka untuk mendapatkan simpati tersebut, publik figur dan politisi harus membangun persona yang baik. Selain itu, pengaruh konglomerasi media membuat tokoh masyarakat dan politisi menghindari media tertentu karena dapat merusak citra

mereka Ketimbang Pers? (Narasi Newsroom, 2022).

Pendapat ini menunjukkan bahwa tuturan yang disampaikan oleh tokoh masyarakat dan politisi dapat memunculkan ideologi baru bagi pembaca atau pendengarnya. *Framing* yang dibentuk oleh publik figur dan politisi akan dipercaya oleh publik dan dijadikan dasar dalam menentukan pilihan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian analisis wacana untuk mengetahui kecenderungan pola tutur tokoh masyarakat dan politisi di media sosial. Hubungan alasan pejabat berbicara dengan ideologi pada tahap eksplanasi, ada tiga aspek untuk mengungkap alasan munculnya suatu ujaran yang dihasilkan yaitu situasional (berdasarkan konteks), institusional (kelembagaan), dan sosial. Aspek situasional: berkaitan dengan situasi di mana tuturan itu dihasilkan. Aspek institusional: terkait dengan pengaruh institusi, organisasi dalam praktik produksi pidato. Aspek sosial: berkaitan dengan sosial dan politik dalam masyarakat secara keseluruhan (Petra et al., 2016).

Salah satu premis dari karya ini adalah bahwa komentar teks mengarah pada imajinasi ulang genre pidato politik dan, lebih umum, komunikasi politik. Dengan kata lain, terjadi re-imajinasi relasi politikus-*audiens* dalam konteks ruang publik sebagai hubungan produsen-pengguna (komunitas) dalam ruang di mana perbedaan antara ruang publik dan ruang privat menjadi tidak jelas (Boyd, 2014).

Penelitian ini merupakan analisis wacana kritis di media sosial. Wacana kritis merupakan salah satu bagian dari linguistik terapan yang mengacu pada konsep sosiolinguistik. Sebelumnya, wacana kritis menyoroti media massa yang membentuk *framing* terhadap seorang tokoh atau politisi. Namun, saat ini pergeseran media akibat perkembangan

teknologi membuat kajian wacana kritis juga berkembang di media sosial yang tidak terbatas pada pengarangnya saja.

Perkembangan media sosial yang masif menyebabkan banyak perubahan teknik dan pola komunikasi yang terjadi di masyarakat. Media sosial tidak lagi sebatas sebagai sarana berkomunikasi dan bersosialisasi, tetapi juga sebagai pembentuk citra diri. Pencitraan dapat dilakukan oleh masyarakat kepada pejabat publik. Pergeseran kebiasaan ini penting untuk disoroti. Pola pembentukan citra diri melalui tuturan yang disampaikan di luar pers resmi atau media arus utama sangat menarik untuk dikaji. Kajian ini akan menjadi pengetahuan baru bagi pengembangan keilmuan analisis wacana kritis.

Telah banyak kajian analisis wacana kritis di media massa. Namun, teknologi terus berkembang sehingga mempengaruhi metode *framing* yang digunakan. Penelitian sebelumnya di bidang ini berjudul *Analisis Semiotika Pembentukan Citra Diri Joko Widodo Melalui Media Sosial Youtube* oleh Jeanie Annissa dan Ricky Widyandanda Putra. Penelitian ini mendeskripsikan konstruksi citra diri Presiden Joko Widodo melalui video akun Youtube dilihat dari analisis semiotika. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa makna segitiga (tanda, objek, dan interpretasi) menunjukkan bahwa setiap konten vlog yang dipilih menampilkan citra seorang presiden yang sederhana dan muda, dan secara jelas menampilkan bentuk kinerja dan afiliasi politik (Jeanie Annisa, 2019). Penelitian ini memiliki wilayah yang sama dengan penelitian dalam proposal ini. Namun, sudut pandang ilmiah yang digunakan memiliki perbedaan yang signifikan. Teori yang digunakan dalam proposal penelitian ini adalah analisis wacana kritis yang berfokus pada tuturan dan konteks yang disampaikan oleh tokoh masyarakat. Selain

itu, objek penelitian ini bukanlah akun pribadi dari publik figur tersebut.

Kedua, penelitian tentang analisis wacana di media massa dilakukan oleh (Yufarlina Rosita & Nur Jannah, 2020). Judul penelitian ini adalah *Politik Wacana pada Berita Pilpres 2019 di Media Online Vivanews.com*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk ekspresi bahasa berita Pilpres 2019 di media *online* *vivanews.com* yang berfokus pada pilihan kata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa tidak netral, tetapi mengandung kepentingan tersembunyi. Penelitian tersebut seolah menegaskan dukungan politik bagi calon tertentu dengan menampilkan buruknya calon lawan. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan pentingnya kesadaran kritis bagi pembaca. Berdasarkan topik yang dibahas, penelitian ini memiliki kesamaan. Namun perbedaannya terletak pada objek dan bentuk data penelitiannya. Penelitian ini menggunakan media massa tertulis, sedangkan penelitian ini akan mengkaji sumber lisan pada media sosial audiovisual.

Dalam penelitian terdahulu selanjutnya yang berjudul *Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno Melalui Akun @Prabowo dan @Sandiuno*, peneliti menyimpulkan bahwa media sosial Instagram juga mampu menjadi alat membentuk citra diri dalam politik. Prabowo dan Sandiaga Uno yang sedang menjadi capres dan cawapres memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat membentuk citra diri (Alvin, 2019).

Berdasarkan paparan latar belakang dan penelitian terdahulu yang dipaparkan, ada kesamaan tujuan dengan penelitian ini, yakni menganalisis pola pembentukan citra diri para politikus dan pejabat publik melalui wacana kritis. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa wahana penyampaian senantiasa berkembang dan beralih.

Tujuannya ialah untuk mengikuti selera masyarakat di dunia digital yang terus berkembang pula. Media massa dan media sosial yang hanya berupa visual telah dirasa tidak cukup menarik perhatian dan mulai bergeser di media audio-visual yang dianggap lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengkaji pola dan strategi tutur lisan para politisi dan pejabat publik dalam pembentukan citra diri melalui wawancara Youtube. Manfaat penelitian ini secara teoritis dapat menjelaskan landasan teori untuk melihat perkembangan wacana politik di Indonesia seiring dengan perkembangan teknologi.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuannya, penelitian ini bertujuan mengkaji pola tutur pejabat negara dalam wawancara Youtube. Sumber data penelitian ini adalah video wawancara Youtube dengan pejabat negara, Joko Widodo (Presiden Indonesia), Ma'ruf Amin (Wakil Presiden Indonesia, dan Prabowo Subianto (Menhan). Ketiga video wawancara tersebut dipilih karena memiliki penonton terbanyak dalam tayangannya. Data berupa wacana verbal yang disampaikan oleh narasumber (pejabat negara) dalam wawancara Youtube. Teknik analisis data juga menggunakan metode analisis wacana kritis yang diadaptasi dari model Fairclough. Terdapat tiga tahapan analisis yang digunakan Fairclough, yaitu (1) deskripsi, (2) interpretasi, dan (3) eksplanasi. Pertama, pada tahap deskripsi, data disajikan secara deskriptif tanpa menjelaskan hubungannya dengan aspek lain. Kedua, tahap interpretasi, data diinterpretasikan dan dihubungkan dengan konteks produksi wacana. Ketiga, penjelasan, data yang telah dikaitkan

dengan konteks produksi wacana diberi makna yang dalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Struktur Penyebaran Informasi Media Massa

Perkembangan zaman memaksa media massa mengalami pergeseran sarana penyampaian informasi. Saat media massa hanya berada pada teks tertulis, pembentukan kerangka pemikiran (*framing*) yang akan disampaikan dapat dengan detail dianalisis melalui struktur-struktur kalimat dan pemilihan istilah dalam teks wacananya. Eriyanto memaparkan dalam bukunya, salah satu perbedaan yang paling mendasar adalah dalam penyampaian pesan. Definisi ini berubah setelah kehadiran internet yang menawarkan banyak saluran pesan. Lewat internet, media sosial misalnya, setiap orang pada dasarnya bisa berfungsi sebagai saluran pesan. Akibatnya, kehadiran internet memunculkan tipologi khalayak. Pada konsep lama, khalayak bersifat tunggal karena saluran yang sedikit. Media memang memiliki segmentasi, tapi tidak berjumlah banyak—seperti segmentasi gender, umur, ataupun genre media itu sendiri. Saat ini, internet menciptakan khalayak yang sangat beragam dan terfragmentasi (Eriyanto, 2018).

Kajian analisis wacana kritis berkaitan dengan cara pembentukan opini publik terhadap pesan atau informasi yang disampaikan di media massa. Namun, perubahan saluran yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, membuat pola-pola pembentukan opini publik tersebut juga berubah. Pola yang dimaksud adalah cara penyebaran informasinya. Saat ini—di tengah masifnya perkembangan teknologi—pembentukan suatu isu tidak bisa digambarkan searah saja dari media ke khalayak, tetapi bersifat dinamis. Masyarakat bukan lagi sebagai penerima pesan, tetapi juga pencipta pesan tersebut.

Dalam wawancara pejabat negara dengan youtuber, proses penyebaran pesan atau informasi melibatkan aktor-aktor berpengaruh dalam masyarakat. Pemilik akun-akun Youtube tersebut adalah orang yang memiliki kemampuan di media dan akan bermuara ke publik. Secara teori ada empat kemungkinan penyebaran pesan. Pertama, dari media ke orang yang berpengaruh dan kemudian ke publik. Kedua, dari publik ke orang yang berpengaruh dan kemudian ke media. Ketiga, dari orang yang berpengaruh ke media dan kemudian ke publik. Keempat, dari orang yang berpengaruh ke publik dan kemudian ke media. Apabila digambarkan dengan bagan, maka akan terbentuk sebagai berikut.



Youtube sebagai Media Framing

Kondisi media massa sangat berbeda dengan kehadiran internet. Melalui internet, publik saat ini dihadapkan sumber informasi berita yang berbeda dari sebelumnya. Konteks pun berubah ketika dunia telah mengenal internet. Lewat internet—yang berfungsi sebagai saluran pesan—tipologi khalayak menjadi bervariasi. Internet membaginya menjadi detail-detail yang sangat spesifik, tidak lagi sebatas umur, jenis kelamin, dan genre media. Namun, tipologi itu menjadi lebih spesifik, misalnya, penggemar kopi, penggemar sepak bola, dll.

Perubahan lain setelah kehadiran internet yaitu kontrol isi media. Pada konsep lama, kontrol media berada di pihak pengirim. Pengelola media yang akan menyaring dan menyajikan informasi dan khalayak hanya menerima saja. Namun, kehadiran internet membuat khalayak yang semula pasif (sebagai

penerima), menjadi aktif. Dengan mudahnya akses saluran informasi, khalayak bisa mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya dan tidak tergantung dengan versi media massa. Internet juga mengubah pola pengiriman pesan yang semula satu arah, sekarang menjadi dua arah. Khalayak yang mungkin memiliki informasi terkait topik yang diberitakan bisa menjadi sumber berita (Eriyanto, 2018).

Perubahan pola komunikasi tersebut juga mempengaruhi proses pemilihan informasi yang akan tersampaikan kepada masyarakat. Akibat pergeseran yang telah dijelaskan sebelumnya, publik dapat dengan bebas menjadi sumber berita, penyeleksi berita, editor berita, bahkan penyaji beritanya sendiri. Panjang pendek dan alokasi waktu serta tambahan-tambahan informasi pun dengan bebas dapat dilakukan.

Youtube saat ini menjadi salah satu media untuk memfasilitasi perubahan pola saluran informasi tersebut. Para pejabat negara mengambil kesempatan untuk melakukan wawancara di Youtube sekaligus sebagai sarana pembentukan citra diri yang tentu tidak bisa dilakukan di televisi atau media massa resmi.

Berdasarkan kategorisasi yang dilakukan, tuturan para pejabat negara dalam wawancara di konten Youtube dihasilkan tujuh kategorisasi modus tuturan yang disampaikan oleh pejabat negara tersebut. Dalam saluran yang berbeda, pengaruh tuturan media sosial ini tidak bisa ditekankan pada pembentukan *framing* yang terfokus pada bingkai medianya. Namun, sarana yang berbeda—yaitu melalui Youtube—yang tidak melalui proses redaksi yang ketat ini—menyebabkan munculnya priming pada masyarakat. Priming dapat diartikan sebagai efek yang terjadi akibat dari adanya stimulus atau peristiwa sebelumnya yang akan memengaruhi cara khalayak

bereaksi, bertindak, atau menilai sebuah informasi (Eriyanto, 2018). Untuk mencapai tujuan tersebut maka berikut analisis dari strategi-strategi tutur yang digunakan dalam wawancara oleh pejabat negara di konten Youtube.

Strategi Tuturan Pejabat Negara dalam Wawancara di Konten Youtube

Penegasan dengan Deskripsi Diri

Data (1)

Karena dulu waktu saya mau jadi letnan, ya kan...saya besoknya mau dilantik, saya masih Taruna, besok mau dilantik. Ada jenderal dari Jakarta, datang ke Magelang, dia kasih ceramah ke kita. Ke calon-calon perwira yang dilantik. Dia bilang, calon-calon perwira sekalian, dalam analisa kami, Indonesia tidak akan perang dalam 25 tahun yang akan datang. Karena itulah para Taruna sekarang, lebih baik belajar. Belajar sospol, belajar ini dan itu, bener nggak itu?

Data (1) dituturkan oleh Prabowo yang menceritakan tentang pengalaman hidupnya di masa lalu. Cerita tersebut memiliki sebuah maksud untuk memberikan penegasan diri bahwa Prabowo melalui sebuah perjuangan yang sangat besar saat menempuh Pendidikan militer.

Data (2)

Saya ada dua dulu, yang pertama pengen jadi anggota paskibraka. Waktu muda. Yang kedua pengen jadi pengusaha. Karena orang tua saya di bidang kayu, jadi ya, saya pengennya di dunia yang sama. Di dunia untuk produk-produk kayu. Tapi, sekali lagi, ini adalah tanggung jawab besar, ternyata sekarang adalah jadi presiden dari sebuah negara besar dengan rakyat yang juga sangat banyak 260 juta.

Tuturan pada data (2) diungkapkan oleh Jokowi pada akun Youtube Boy William. Saat itu Boy William menanyakan tentang cita-cita Jokowi saat masih kecil. Jokowi mendeskripsikan cita-citanya sejak kecil dan di akhir penjelasannya menambahkan pernyataan 'ini adalah tanggung jawab besar, ternyata

sekarang adalah jadi presiden dari sebuah negara besar dengan rakyat yang juga sangat banyak 260 juta'. Jika dilihat dari sudut pandang konteks pertanyaannya, pernyataan tersebut terkandung maksud yang implisit. Jokowi menambahkan sebuah 'pujian' terhadap Indonesia yang dapat mewakili 'rakyat'. Hal ini dapat dimaksudkan bahwa ada penegasan bahwa Jokowi begitu bangga dengan menjadi presiden dan mencintai rakyat Indonesia.

Hal senada juga terdapat dalam penelitian (Surdiasis & Eriyanto, 2018) yang menyatakan bahwa Presiden Jokowi memanfaatkan vlog sebagai media untuk membangun narasi politiknya. Jokowi selalu membawa tema tentang kemajuan dan reformasi. Kepresidenan (kepemimpinan) Jokowi adalah kepresidenan yang membawa pembangunan dan kemajuan. Dalam wacana kemajuan ini, Presiden Jokowi digambarkan sebagai penggagas, promotor, dan simbol kemajuan. Tema kiprah dan posisi Presiden Jokowi di dalamnya erat kaitannya dengan salah satu pilar legitimasi politik Jokowi: pemimpin yang diharapkan bisa membawa kemajuan nyata bagi Indonesia.

Penegasan dengan Analogi

Data (3)

Vietnam, kita liat lagi di ... yang terakhir ini di Afghanistan. Abis itu Irak. Ya kan? Kita liat di mana-mana. Jadi kita juga tidak boleh rendah diri. Nah tapi, bener Mas Dedi, kita tidak bisa santai, nah ini ada beberapa oknum elit ya terutama, yang menurut saya, saya nggak ngerti, mungkin...kurang apa ya...kurang baca, kurang cerdas, atau apa...

Pertanyaan oleh Deddy di akunnya pada data (3) ditujukan kepada Prabowo sebagai Menteri Pertahanan. Pertanyaan tersebut muncul karena adanya berita tentang isu perencanaan penggunaan dana untuk alutsista oleh Prabowo. Masyarakat menilai bahwa Prabowo terlalu berlebihan menganggarkan dana untuk senjata. Namun, Prabowo menganggap sindiran

yang ditujukan kepadanya merupakan sebuah kekurangpahaman kepada kondisi pertahanan negara.

Prabowo memberikan analogi atas ketidakpahaman masyarakat yang menyindirnya dengan frasa 'kurang baca'. Frasa 'kurang baca' biasanya ditujukan kepada seseorang yang tidak memiliki cukup pengetahuan. Kata 'baca' di sini dapat dimaknai sebagai kegiatan memperoleh informasi.

Pertanyaan Retoris

Pertanyaan retoris adalah kalimat tanya yang tidak memerlukan jawaban dari mitra tuturnya atau lawan bicaranya. Selain itu, kalimat retoris digunakan bukan dimaksudkan untuk bertanya, melainkan untuk menegaskan pernyataan penutur kepada mitra tutur atau hanya mengonfirmasi kembali. Pertanyaan retoris cenderung memuat ideologi penuturnya yang ingin ditegaskan kepada lawan bicaranya. Berikut contoh dalam analisis ini.

Data (4)

Bisa terjadi. Pasti dong. Namanya semua anggaran pemerintah itu kan potensi, untuk mark up dan sebagainya kita sudah tahu lah itu. Kita kan sudah lama jadi orang Indonesia, Pak. Iya kan? Sudah lama jadi orang Indonesia kan?

Dalam data (4) Prabowo menjelaskan tentang potensi kecurangan penggunaan anggaran yang ada di Indonesia. Prabowo mengatakan kalimat "kita sudah tahulah itu" yang menunjukkan bahwa kecurangan penggunaan anggaran bukan lagi menjadi rahasia tapi seolah-olah sudah sering terjadi dan dianggap biasa. Prabowo menambahkan pertanyaan retoris di akhir penjelasannya, yaitu 'kita kan sudah lama jadi orang Indonesia, Pak? Iya kan? Sudah lama jadi orang Indonesia kan?'

Pertanyaan retoris yang dituturkan Prabowo dalam kalimatnya bertujuan untuk menegaskan bahwa kebiasaan itu

pasti telah diketahui oleh semua orang. Hal itu juga menunjukkan penegasan bahwa pernyataan pendapat itu bukan semata-mata adalah argumennya sendiri. Namun, hal itu sudah diketahui seluruh orang Indonesia. Tindak tutur dengan strategi seperti ini dapat memberikan penguat pada penutur bahwa pernyataan yang disampaikannya benar karena semua orang telah setuju.

Dalam konteks di atas disebut (Ghufroon & Sudaryanto, 2022) sebagai pertanyaan retoris dengan fungsi menyindir. Namun, sindiran ini ditujukan pada pihak ketiga yang sedang dibicarakan dalam komunikasi tersebut.

Data (5)

Bener nggak? Saya bilang, maaf, banyak orang, mungkin banyak orang tidak suka sama saya. Ya, saya nggak mau tanda tangan. Saya nggak mau, saya lapor ke presiden. Pak, saya nggak mau Pak. Berarti itu kan tanggung jawab saya, kepada bapak presiden, rakyat, takut saya, saya takut dikutuk sama generasi yang akan datang, bener nggak? Bener nggak?

Berdasarkan data (5), Prabowo sedang membicarakan tentang isu-isu terkait kebijakan yang dikeluarkan oleh Prabowo sebagai Menteri Pertahanan. Isu yang beredar adalah adanya *mark up* anggaran negara untuk kepentingan alutsista. Hal itu seperti yang tercantum dalam beberapa media massa nasional. Salah satunya berita di media massa *online* CNBC Indonesia.

Kementerian Pertahanan (Kemenhan) berencana membeli sejumlah alat utama sistem persenjataan (alutsista) TNI. Adapun nilainya dianggarkan dalam rencana menembus angka Rp 1,7 kuadriliun, kendati dibantah oleh Kementerian Pertahanan dari sisi nilainya. Rencana itu tertuang dalam rancangan Peraturan Presiden (Perpres) tentang Pemenuhan Kebutuhan Alat Peralatan Pertahanan dan Keamanan Kementerian Pertahanan dan Tentara Nasional

Indonesia Tahun 2020-2024. Dalam rancangan perpres tersebut, disebutkan bahwa Menteri Pertahanan Prabowo Subianto adalah orang yang merancang kebutuhan Alpalhankam Kemenhan dan TNI (CNBC, 2021).

Berdasarkan berita yang beredar tersebut maka, Deddy Corbuzier menanyakan tentang isu yang tersebar di masyarakat. Pada tuturannya, Prabowo tampak memberikan penegasan dengan kalimat menolak berita buruk yang beredar. Di akhir kalimatnya, Prabowo menegaskan kembali dengan kalimat “Bener nggak?, bener nggak?” yang seolah-olah bertanya, tapi maksud sebenarnya adalah memberikan penegasan bahwa pernyataan yang disampaikannya benar.

Berbeda dengan sebelumnya, dalam konteks di atas (Ghufron & Sudaryanto, 2022) menyebut pertanyaan retorik di atas sebagai fungsi pendukung. Pertanyaan tersebut bukan untuk meminta jawaban melainkan meminta dukungan kebenaran.

Pemberian Penjelasan

Data (6)

Ndak, ndak, ndak. Kalau di Indonesia jadi memang ada anggaran makan presiden dan keluarga ada. Juga ada disediakan koki.

Konteks pada data (6) adalah saat pewawancara menanyakan terkait pelayanan makanan yang diberikan oleh negara kepada presiden. Jokowi menjelaskan bahwa memang ada fasilitas anggaran dana dari negara kepada presiden. Beliau mengatakan bahwa disediakan koki untuk keluarga presiden oleh negara. Hal tersebut menunjukkan sebuah penjelasan bahwa anggaran tersebut memang menjadi hak seseorang yang sedang menjabat sebagai presiden. Pernyataan tersebut memberikan penegasan bahwa isu-isu tentang fasilitas presiden tersebut merupakan sebuah penyelewengan anggaran.

Pemaparan Program

Data (7)

Sekarang kita lagi membuat seperti itu, Namanya DBON, desain besar olahraga nasional. Supaya nanti kalau misalnya menang atau berhasil, bukan karena accident. Karena apa? Karena kebetulan, tapi memang, memang didesain.

Tuturan pada data (7) menunjukkan sebuah penjelasan program yang sedang dilakukan oleh negara. Konteks pertanyaan dalam tuturan tersebut adalah banyaknya berita tentang kinerja Wakil Presiden Indonesia yang dinilai tidak terlihat. Maka, pada kesempatan wawancara tersebut, Ma'ruf Amin menjelaskan salah satu program besar yang sedang dilakukan, yaitu DBON dan ditangani oleh Kemenpora.

Berdasarkan konteks sosial, yaitu bagaimana masyarakat menghasilkan dan membentuk diskusi tentang suatu topik, terdapat keterkaitan antara pesan politik dengan peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Dalam dimensi ini, penting untuk memastikan bahwa setiap isu dan informasi yang berkembang di Indonesia dapat diakses oleh masyarakat secara luas (Bakri, 2016).

Menyatakan Persetujuan dengan Alasan

Data (8)

Tapi sebetulnya, yang bergulir ini kan alutsista ini dianggap katanya ada korupsi, ada mafia, ada macem-macem, ada mister M, mister abcdefghaijkl yang keluar ke mana-mana, kan ini kan yang digoreng.

Pertanyaan terkait alutsista di atas berawal dari kabar pada awal Juni 2021. Pada saat itu, beredar draf Peraturan Presiden (Perpres) tentang Perencanaan Kebutuhan Alat Peralatan Pertahanan dan Keamanan (Alpalhankam) Kementerian Pertahanan dan TNI untuk Renstra 2020-2044. Angkanya fantastis, USD124 miliar atau jika dirupiahkan, setara dengan

Rp1.769 triliun. Angka itu menjadikan masyarakat heboh dan memunculkan tanggapan beragam.

Pada data (8), Prabowo memberikan penjelasan sebagai klarifikasi bahwa kehebohan berita yang tersebar memang benar. Namun, Prabowo juga memberikan alasan di baliknya. Hal ini bertujuan untuk memberikan penjelasan dan mengubah pandangan masyarakat yang belum mengetahuinya menjadi memahami.

Pemberian Jawaban Normatif yang Akan Memberikan Kesan Positif

Data (9)

Ndak...selalu saya syukuri. Dalam kesulitan apapun, kesusahan apapun, problem apapun, masalah apapun. Saya nggak pernah yang Namanya ngeluh, ndak. Mensyukuri dan mencari solusi, mencari jalan keluar setiap problem-problem yang ada.

Berdasarkan beberapa data yang disajikan, tampak bahwa tuturan yang disampaikan terasa berusaha menggiring pandangan khalayak kepada kesan baik yang diinginkan oleh pejabat negara tersebut. Peristiwa ini dapat digolongkan sebagai proses ‘priming’ terhadap masyarakat. Contohnya: media dan publik berusaha membicarakan kepribadian pejabat negara dibandingkan program kerja atau kinerjanya. Kepribadian yang dijelaskan itulah yang akhirnya menjadi ‘priming’.

Proses ‘priming’ dalam memori ini dapat dijelaskan bahwa manusia memiliki kumpulan pengetahuan, pengalaman, dan informasi. Dalam konteks pemilu, misalnya, titik-titik informasi mengenai pejabat negara atau calon-calon yang akan dipilih terhimpun dalam memori. Informasi tersebut bisa berupa kinerja, program kerja, *track record*, bahkan kepribadian pejabat negara ini. Setiap informasi yang didapatkan oleh masyarakat dari media tidak hilang, tapi tersimpan dalam memori. ‘Priming’

berfungsi mengaktivasi pengetahuan dan informasi yang tersedia dalam memori tersebut dan dijadikan dasar untuk mengevaluasi pejabat negara yang dalam hal ini menjadi calon yang akan dipilih dalam pemilu (Eriyanto, 2018).

Data (10)

Ya..makanan saya apa sih, wong saya makan setiap hari pengennya ya tempe, tahu, yang paling penting. Sama pecel.

Pada konteks data (10), Boy William bertanya terkait makanan yang biasa dimakan oleh Presiden Jokowi. Dalam tuturannya, Jokowi memberikan jawaban dengan memilih makanan-makanan sederhana, khas Indonesia, yaitu tempe dan pecel. Tidak ada keanehan dalam tuturan tersebut. Sebab, Jokowi adalah orang Jawa yang memang akrab dengan makanan-makanan tersebut.

Dalam konteks ini, sebuah penelitian pernah ditulis oleh (Qorib & Saleh, 2020), melalui analisis semiotikanya, ia menjelaskan bahwa Jokowi ialah sosok yang merakyat, sosok yang disukai masyarakat di level bawah dan kelompok yang tidak diperhitungkan, misalnya komedian, artis, dan pedagang pasar.

Namun, hal tersebut kurang lumrah jika disampaikan oleh pejabat, apalagi seorang presiden. Kerangka berpikir masyarakat, pada umumnya, akan mengira bahwa jawaban yang akan diberikan bukanlah makanan sederhana. Sebab, Jokowi adalah seorang pejabat nomor satu di Indonesia. Oleh sebab itu, pernyataan Jokowi pada tuturan tersebut secara tidak langsung akan membentuk citra bahwa “Jokowi adalah presiden yang sederhana dan merakyat”. Meskipun, pernyataan yang disampaikan oleh Jokowi adalah hal yang sebenarnya.

Data (11)

Saya selalu memberikan kebebasan kepada anak untuk ingin menjadi apa. Nggak pernah saya memaksa anak untuk...

Tuturan tersebut diucapkan ketika Boy menanyakan tentang keinginan Jokowi kepada masa depan anak-anaknya. Tampak pada data (11) bahwa Jokowi menjawab dengan kalimat normatif. Kata ‘selalu memberi kebebasan’ dan ‘nggak pernah memaksa anak’ dimaksudkan untuk menggambarkan sifat demokratis yang dimiliki oleh Jokowi.

Tuturan tersebut bertujuan untuk membentuk citra positif yang dimiliki oleh Jokowi. Hal ini berkaitan dengan banyaknya berita yang beredar, yaitu tentang politik dinasti pada keluarga Jokowi. Berita tersebut bermula pada pernyataan Gibran Rakabuming—putra sulung Jokowi—yang menyatakan bahwa ia tidak akan terjun di kancah politik. Namun, pada tahun 2020, Gibran diberitakan telah mengikuti kontestasi Pilkada. Hal ini tentu menimbulkan banyak gejolak pada masyarakat. Masyarakat menganggap bahwa Jokowi meminta anak sulungnya untuk terjun di dunia politik.

Dengan demikian, pernyataan Jokowi pada data (11) dapat menjadi penguat bahwa segala hal yang dilakukan oleh anak-anaknya bukanlah kemauan orang tua. Namun, semua hal tersebut merupakan keputusan anak-anaknya sendiri.

Hal ini senada dengan pernyataan dalam penelitian (Surdiasis & Eriyanto, 2018) bahwa Jokowi juga menggunakan narasi-narasi yang menghadirkan genre komedi-romansa. Cerita bergerak menuju akhir yang baik (*happy-ending story*). Dalam konteks ini adalah tentang keluarganya.

Data (12)

Kemanapun. Kemanapun dikawal, itu yang apa. Privasi itu yang hilang. Jadi kadang-kadang kita juga pengen kan, ke pasar tanpa pengawalan atau ke mall, tanpa pengawalan. Pengen makan di warung, tanpa pengawalan. Tapi nggak bisa. Tetep

memang standarnya untuk keamanan, seorang presiden itu harus dikawal. Tapi sekali lagi, ini adalah tanggung jawab besar. Yang harus kita hadapi Bersama-sama untuk membawa negara ini maju untuk membawa negara ini lebih baik. Ke depan.

Dalam konteks data (12), Boy William bertanya tentang perasaan Joko Widodo sebagai pejabat negara yang diberikan pengawalan istimewa atau berbeda. Jokowi menjawab bahwa privasi tersebut hilang dan ada ketidaknyamanan. Namun, sekali lagi Jokowi memberikan penegasan dalam kalimat ‘sekali lagi ini adalah tanggung jawab besar. Yang harus kita hadapi Bersama-sama untuk membawa negara ini maju, untuk membawa negara ini lebih baik, ke depan’. Kalimat tersebut tidak memiliki keterkaitan dengan pertanyaan Boy. Namun, pernyataan itu ditambahkan untuk menegaskan bahwa semua yang dilakukan oleh Jokowi sebagai presiden dengan segala aturannya adalah demi bangsa dan rakyat Indonesia. Kata ‘kita hadapi bersama-sama’ mengisyaratkan bahwa semua yang dilakukan pemerintah adalah pro rakyat dan untuk kepentingan rakyat.

Data (13)

Yaaa...pas ketemu masyarakat, bisa berbincang dengan masyarakat, dan masyarakat menyampaikan kebahagiaannya, dan masyarakat menyampaikan senengnya, seneng, ya kalau hobi, ya saya setiap hari yang banyak ya kerja aja sih.

Tujuan inilah yang menjadi latar dan titik sentral dari wacana. Fungsi wacana dalam tuturan Jokowi menggunakan bahasa sebagai alat untuk mencapai kekuasaan tersebut. Dengan bahasa Jokowi memberikan efek yang luar biasa dalam tuturannya, salah satunya adalah memberikan pengaruh baik terhadap kinerja dari seorang pemimpin. Bahkan efek yang terjadi dalam masyarakat adalah menganggap bahwa Jokowi merupakan sosok yang peduli terhadap masyarakat.

Itulah yang ditimbulkan oleh wacana selama ini, bahwa wacana-wacana itu mampu memberikan pengaruh terhadap pola pikir masyarakat terhadap realita yang terjadi (Abadi et al., 2016).

Analisis Wacana Kritis Tuturan Pejabat Negara dalam Konten Youtube

Berdasar paparan data dan pembahasan dapat ditemukan empat makna yang menjadi strategi tuturan yang dilakukan oleh pejabat negara di dalam wawancara Youtube. Keempat makna ini tentunya sebagai pembingkai citra diri para tokoh kepada masyarakat. Keempat temuan tersebut adalah sebagai berikut.

Penggambaran Positif tentang Dirinya

Sebagai pejabat negara, penggambaran citra positif adalah hal yang wajar. Sesuai dengan status yang dimiliki, yaitu pejabat negara. Maka bukan hal yang salah jika mempertahankan nilai-nilai positif yang ada dalam dirinya. Youtube menjadi sarana yang baik untuk menyampaikan penggambaran diri dengan bebas tanpa ada editor dan redaktur yang mengaturnya. Pemilik akun mendapatkan keuntungan dari penonton sehingga dapat menyesuaikan hal-hal yang ingin disampaikan dan tidak oleh narasumber dalam wawancaranya.

Menurut (Pusparimba et al., 2021), hal itu disebut dengan *strategi penguatan*, yakni dapat dipakai untuk memosisikan citranya kepada masyarakat yang sudah mengetahui akan citra positifnya. Kemudian, dengan adanya penggambaran-penggambaran tersebut kepercayaan masyarakat akan menguat.

Pencitraan untuk Diberikan Dukungan

Pencitraan yang dibentuk tentu bukan tanpa maksud. Setiap pejabat negara memiliki maksud dalam menyampaikan pernyataannya. Data pejabat negara yang dianalisis merupakan tokoh-tokoh dalam

bidang politik. Setiap tuturan yang disampaikan harus memberikan sebuah manfaat, informasi, penjelasan yang berguna bagi masyarakat. Pada akhirnya, hal-hal tersebut akan memberikan *framing* kepada masyarakat untuk menentukan pemimpin yang sesuai menurut pemikirannya. Oleh karena itu, pernyataan dalam media sosial harus sangat diperhatikan oleh para pejabat publik ini.

Dalam hal ini, media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan pendapat masyarakat terhadap pejabat atau tokoh politik. Melalui media, narasi politik dapat dibangun dengan cepat, serta digunakan sebagai alat untuk memperdebatkan isu-isu politik dan memenangkan dukungan pemilih milenial. Pemahaman yang baik tentang politik mendorong pemilih milenial untuk menggunakan teknologi terkini dalam mencari dan mengakses informasi politik (Bakhtiyar, 2018).

Menjelaskan Kesalahpahaman yang Bermuara pada Citra Baik

Setiap pejabat publik akan memberikan kebijakan sesuai dengan tugasnya masing-masing. Namun, kebijakan ini tentu tidak dapat memuaskan seluruh masyarakat Indonesia. Setiap kebijakan pasti memiliki pro dan kontra. Setiap kebijakan yang disosialisasikan akan dipahami bermacam-macam oleh masyarakat. Hal tersebut dikarenakan, kebutuhan dan kepentingan masing-masing orang berbeda. Beberapa masyarakat akan diuntungkan dengan kebijakan tersebut. Namun, tidak menutup kemungkinan sebagian masyarakat akan merasa dirugikan. Masyarakat yang dirugikan akan membuat pernyataan-pernyataan yang akan ditulis di sosial media. Hal ini akan memberikan citra buruk pada pejabat publik tersebut.

Pusparimba et al (2021) menyebut ini dengan *strategi konfirmasi* yang

dilakukan dengan cara memberikan citra yang baik yang berbeda. Dalam konteks ini tokoh publik akan memberikan penjelasan untuk memperjuangkan citra dirinya. Tujuannya adalah memberikan sudut pandang berbeda bagi masyarakat yang selama ini meragukan kinerjanya.

Selain itu, media massa dengan berbagai *headline* sesuai dengan gaya selingkung mereka juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Oleh sebab itu, para pejabat publik perlu hadir di tengah ketidakselarasan pemahaman tersebut melalui media-media yang memudahkan untuk memberikan penjelasan dan pengertian kepada masyarakat. Hal itu, pada akhirnya, akan bermuara pada penjagaan citra baik yang dimiliki oleh pejabat-pejabat publik tersebut.

KESIMPULAN

Seiring berkembangnya teknologi yang kian masif, media massa telah mengalami pergeseran, yaitu dari institusi resmi ke industri pribadi. Artinya, dahulu, media massa yang berfungsi sebagai alat kontrol sosial yang eksklusif dan independen, saat ini dapat digantikan dengan media sosial yang menjamur dan menggantikan fungsi media massa. Pola informasi yang dapat diperoleh masyarakat saat ini bukan lagi secara konvensional, yaitu dari media massa—publik. Namun, pola tersebut berubah menjadi dari publik—media massa—publik. Publik dapat dengan bebas memberikan informasi dan aspirasi yang ia miliki tanpa perantara media massa. Hal tersebut dikarenakan banyaknya media sosial yang beralih fungsi. Namun, fenomena tersebut mengakibatkan berbagai polemik karena kebebasan tersebut tidak menjamin independensi dan validitas.

Media sosial yang mengalami perluasan fungsi sebagai media massa ini

juga dimanfaatkan oleh para pejabat publik untuk berinteraksi dengan masyarakat. Tentu, hal ini seakan memberikan peran positif, yakni penjelasan kebijakan secara detail, klarifikasi isu-isu yang beredar, sosialisasi kebijakan, dan lain-lain. Namun, media yang digunakan bukanlah media resmi yang tidak lagi melewati editor dan redaktur dari lembaga jurnalisme. Dengan demikian, independensi tersebut tidak dapat dijamin. Oleh karena itu, wacana-wacana yang dituturkan oleh para pejabat publik ini memiliki kepentingan politik yang semuanya bermuara pada pembentukan citra politik yang sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, I. M., Nurhadi, & Basuki, I. A. (2016). Bentuk Hegemoni Kekuasaan dalam Tuturan 'Jokowi.' *JPH - Jurnal Pendidikan Humaniora*, 4(4), 209–217.
- Alvin, S. (2019). Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno Melalui Akun @Prabowo Dan @Sandiuno. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2), 229–247. <https://doi.org/10.24090/komunika.v13i2.2538>
- Arofah, K. (2015). Youtube Sebagai Media Klarifikasi dan Pernyataan Tokoh Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 111–123.
- Bakhtiyar. (2018). Dinamika literasi politik menjelang tahun 2019: Urgensitas memahami perilaku pemilih milenial. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, 1, 65–72.
- Bakri, R. (2016). Analisis Wacana Pesan Politik Dalam Video “Ma’ruf Amin-Deddy Corbuzier Podcast” di Youtube Deddy Corbuzier. *Jom Fisip*, 10, 11.
- Boyd, M. . (2014). Participation and recontextualisation in New Media:

- Political Discourse Analysis and YouTube. In Bertie Kaal (Ed.), *From Text to Political Positions Text analysis across disciplines* (pp. 245–268). John Benjamins. <https://doi.org/https://doi.org/10.1075/dapsac.55.12boy>
- CNBC. (2021). Rencana Bujet Prabowo Belanja Alutsista Tembus Rp 1.750 T. CNBC. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210530061937-4-249288/rencana-bujet-prabowo-belanja-alutsista-tembus-rp-1750-t>
- Eriyanto. (2018). *Media dan Opini Publik*. Rajawali Press.
- Ghufron, W., & Sudaryanto, S. (2022). Kalimat Retoris dalam Rubrik “Tajuk” Majalah Suara Muhammadiyah. *Kode : Jurnal Bahasa*, 11(1), 105–117. <https://doi.org/10.24114/kjb.v11i1.33497>
- Jeanie Annisa, R. W. P. (2019). ANALISA SEMIOTIKA TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI JOKO WIDODO MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.36080/avg.v7i1.856>
- Mair, C., & Fairclough, N. (1997). Critical Discourse Analysis: The Critical Analysis of Language. In *Language* (Vol. 73, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/416612>
- Narasi Newsroom. (2022). *Prabowo Muncul bareng Corbuzier: Kenapa Tokoh Pilih YouTuber Ketimbang Pers? | Narasi Newsroom - YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=qYevW_CTOiw
- Petra, C., May, G., & Ida, W. (2016). *Seloka : Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia PARA PEJABAT NEGARA PADA TALK SHOW MATA NAJWA Abstrak*. 5(1), 1–11.
- Pusparimba, T. M., Djuyandi, Y., & Solihah, R. (2021). Strategi Pemenangan Jokowi dan MaafTM Ruf Amin dalam Pemilihan Presiden 2019 melalui Pencitraan Politik. *Perspektif*, 10(2), 555–561. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4786>
- Qorib, F., & Saleh, M. (2020). Anti Islam hingga Dekat Emak-Emak: Perang Citra Jokowi dan Prabowo pada Pemilihan Presiden 2019. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(2), 187–208. <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i2.17246>
- Surdiasis, F., & Eriyanto, E. (2018). Narrative of politics in the era of social media: A multimodal analysis of president Joko Widodo’s video blog. *E3S Web of Conferences*, 74. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187410012>
- VOI. (2021). No Title. *VOI*. <https://voi.id/bernas/42707/meninjau-politik-elektoral-pengertian-dampak-sejarah-dan-contoh-contohnya>
- Yufarlina Rosita, F., & Nur Jannah, M. (2020). Politik Wacana pada Berita Pilpres 2019 di Media Daring Vivanews.com. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 155–168. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol14.iss2.art4>