

Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk terhadap Ungkapan Viral Gus Miftah di Magelang

Naza Azkiya Nabilah

UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, Indonesia

*nazaazkyah@gmail.com

Keywords

*Critical Discourse
Analysis, Teun A van
Dijk, Gus Miftah,
Language, Humor.*

Abstract

This study focuses on analyzing the discourse that emerged from the conflict surrounding Gus Miftah's viral remark toward an iced tea seller, as well as how Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis provides an understanding of the use of language and humor. The research employs a descriptive qualitative approach, with observation and documentation used as data collection techniques. The findings reveal several discourses that developed from the case between Gus Miftah and the iced tea seller, namely the discourse of politeness and linguistic ethics in preaching, the discourse of power relations, the discourse concerning the boundaries of humor, and the discourse of image and accountability of religious figures. Through van Dijk's analysis, it was found that the use of the word "goblok" served as a strategy to capture the audience's attention and strengthen Gus Miftah's authority in building an interactive relationship with the public.

Kata Kunci

*Analisis Wacana
Kritis, Teun A van
Dijk, Gus Miftah,
Bahasa, Humor.*

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada analisis wacana apa yang berkembang dari konflik ungkapan viral Gus Miftah terhadap penjual es teh serta bagaimana Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk memberikan pemahaman terhadap penggunaan bahasa dan humor. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa wacana yang berkembang dari kasus Gus Miftah dan penjual es teh yaitu wacana kesantunan dan etika berbahasa dalam dakwah, wacana relasi kuasa, wacana mengenai batas humor, dan wacana mengenai citra dan akuntabilitas tokoh agama. Melalui analisis van Dijk, ditemukan bahwa penggunaan kata "goblok" berfungsi sebagai strategi untuk menarik perhatian jamaah dan memperkuat otoritas Gus Miftah dalam membangun hubungan interaktif dengan publik.

Pendahuluan

Dakwah merupakan kegiatan komunikasi yang mengajak orang atau kelompok untuk berbuat baik dan melarang yang buruk. Dakwah bertujuan untuk memberitahu, mengarahkan, dan mendorong orang atau kelompok untuk memperbaiki suatu keadaan menjadi lebih baik sesuai dengan ajaran Islam.¹

Pendakwah atau da'i dapat dikenal mad'u secara luas serta pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh mad'u karena mereka dapat menyampaikan pesan secara efektif. Da'i juga memaknai dengan kondisi dan situasi yang ada di tengah masyarakat, menyajikan gaya bahasa yang menarik, serta menyajikan ciri khas mereka.

Salah satunya yaitu gaya unik Gus Miftah, gaya dakwahnya yang santai, inklusif, dan sering menggunakan humor dalam ceramahnya, mengikat minat banyak orang. Dia menggunakan pendekatan yang merangkul semua kalangan, termasuk komunitas yang sering dianggap jauh dari agama, seperti pekerja hiburan malam, mantan narapidana, dan masyarakat marjinal lainnya.

Sayangnya gaya khas Gus Miftah dianggap keterlaluan sehingga memicu konflik yang berujung kepada pemecatan Gus Miftah sebagai utusan khusus presiden bidang kerukunan beragama dan pembinaan sarana keagamaan, posisi yang memberinya otoritas simbolis dalam ranah keagamaan dan kenegaraan. Kritik publik semakin memuncak hingga Presiden Prabowo Subianto memberi teguran, dan Gus Miftah akhirnya menyatakan pengunduran diri atas dasar tanggung jawab kepada presiden dan masyarakat.

Para dai sering menggunakan berbagai metode komunikasi, termasuk humor, untuk menarik perhatian mad'u dan memudahkan pemahaman pesan dakwah. Walaupun humor memiliki potensi untuk meningkatkan keefektifan dakwah, penerapannya tetap harus dijaga agar sesuai dengan koridor syariat Islam.

Humor seharusnya tidak menyinggung, menghina orang lain, atau berlawanan dengan prinsip-prinsip Islam. Jika digunakan dengan benar, komedi dapat menjadi alat dakwah yang menyenangkan dan bermanfaat bagi masyarakat. Namun, penggunaan humor dalam ceramah agama tidak selalu diterima secara positif oleh publik, terutama ketika dianggap menyinggung kelompok tertentu. Salah satu contoh yang mencerminkan fenomena ini adalah kontroversi yang melibatkan Gus Miftah terkait pernyataannya kepada pedagang es teh.

Pada acara Magelang Bersholawat di Lapangan Drh. Soepardi, Mungkid, Kabupaten Magelang, pada 20 November 2024, Gus Miftah berinteraksi dengan seorang pedagang es teh bernama Sunhaji yang sedang berkeliling di tengah jamaah. Dengan gaya khasnya yang santai dan diselipi humor, ia berkata, "Es tehmu jik okeh ra? Masih? Yo kono didol, goblok!" yang kemudian dilanjutkan dengan kalimat "Dolen disik, ngko lek durung payu yo wes, takdir". Meskipun memicu tawa sebagian audiens, pernyataan tersebut menuai kritik keras ketika videonya viral di media sosial.

Banyak pihak menilai penggunaan kata "goblok" kepada pedagang kecil tidak pantas diucapkan oleh seorang dai, karena berpotensi merendahkan martabat individu dan profesi tertentu di depan publik. Akibatnya, pembicaraan tersebut

¹ Muhammad Ridwan dan Zenal Arifin, "Etika Humor Dalam Dakwah: Analisis Kontroversi Ceramah Gus Miftah" MUMTAZ, Vol. 8, No. 02 (2024), hal 281

menuai kritik dari berbagai pihak dan menimbulkan kontroversi di media sosial. Perselisihan ini menyoroti kesulitan dalam menggunakan humor sebagai alat komunikasi dakwah dan menyoroti ketidak cocokan antara harapan normatif, dari perspektif lain bahwa humor memiliki kemampuan besar untuk memikat perhatian publik dan menyebarkan pesan dakwah dengan cara yang ringan sambil mendorong kesopanan, ketaatan, kebijaksanaan, dan kenyataan, di sisi lain, di mana humor tidak diterapkan dengan cermat, menyebabkan kekeliruan pemahaman dan menghancurkan reputasi dai.²

Pemecatan atau pengunduran diri Gus Miftah membuka kemungkinan munculnya beberapa wacana publik yang luas dan beragam. Pertama, bisa muncul wacana tentang etika komunikasi keagamaan, di mana masyarakat mempertanyakan kepantasan seorang tokoh agama berbicara kasar dalam konteks dakwah. Kedua, bisa muncul wacana tentang kuasa simbolik tokoh agama, yaitu bagaimana seorang penceramah dan pejabat publik menggunakan ujarannya kepada sosok sosial lemah sebagai ekspresi dominasi. Ketiga, bisa muncul wacana mengenai batas humor dalam dakwah, karena candaan dalam ceramah bisa ditafsirkan sebagai bentuk kritik atau hinaan. Keempat, kontroversi ini juga bisa memunculkan wacana tentang tanggung jawab moral tokoh agama di era digital, mengingat setiap kata bisa menyebar luas dan mencerminkan citra publik. Wacana-wacana ini tidak hanya muncul secara spontan, melainkan dibentuk, ditafsirkan, dan disebarluaskan melalui interaksi sosial di media sosial.

Jika fenomena penggunaan humor dalam dakwah tanpa batasan etis terus berlanjut, maka dampaknya bisa merugikan kredibilitas dai dan efektivitas dakwah itu sendiri. Kepercayaan masyarakat terhadap ulama dapat menurun jika humor yang digunakan dianggap merendahkan kelompok tertentu, bukan sebagai sarana penyampaian nilai-nilai Islam yang bijaksana. Selain itu, kontroversi semacam ini dapat memicu polarisasi di kalangan umat, di mana sebagian mendukung dan sebagian lainnya merasa tersinggung. Jika dibiarkan, perdebatan di media sosial bisa semakin tajam dan berpotensi menciptakan perpecahan di tengah masyarakat Muslim.

Selain itu, tanpa adanya kajian yang mendalam, penggunaan humor dalam dakwah bisa mengalami distorsi makna, sehingga lebih cenderung menjadi hiburan dibandingkan sarana edukasi keagamaan. Akibatnya, masyarakat terutama generasi muda bisa salah memahami tujuan dakwah dan menganggapnya sebagai sesuatu yang kurang serius. Dalam skala yang lebih luas, citra Islam di ruang publik juga dapat terpengaruh, terutama jika kontroversi ini diekspos secara luas di media digital.

Adapun teori yang membahas tentang suatu wacana yakni teori analisis wacana Teun A. Van Dijk yang dimana inti analisis wacana model Teun A. Van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana ke dalam satu kesatuan analisis yaitu struktur makro, superstruktural, dan struktur mikro.³ Analisis wacana adalah

² Japarudin, "Humor Dalam Aktivitas Tabligh", Jurnal Ilmiah Syi'ar, Vol 17 No. 02 (2017), hal 11

³ Nurul Musyafa'ah, "Analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk" Jurnal Program Studi PGMI, Vol 4, No 2, September 2017

suatu kajian yang menganalisis bahasa yang digunakan secara alami, baik tertulis maupun lisan.⁴

Menurut Teun A. Van Dijk analisis wacana kritis yaitu studi tentang hubungan wacana, kekuasaan, dominasi, ketidak setaraan sosial, dan posisi analisis wacana dalam hubungan sosial tersebut.⁵ Teori ini tidak hanya menelaah ujaran sebagai teks, tetapi juga melihat bagaimana produksi makna dipengaruhi oleh struktur bahasa (teks), pola pikir sosial penutur maupun audiens (kognisi sosial), dan situasi sosial yang melingkupinya (konteks sosial).

Teori ini mampu membantu peneliti menelusuri bagaimana sebuah ujaran yang awalnya dianggap sebagai humor internal forum dakwah justru menjadi objek perdebatan publik yang ideologi, dan persepsi sosial. Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengungkap bagaimana wacana publik terbentuk dan menyebar akibat pilihan bahasa seorang tokoh agama dalam ruang dakwah, khususnya ketika ruang dakwah tersebut telah melebur dengan sistem komunikasi digital yang bersifat terbuka, viral, dan tanpa batas audiens.

Selain itu, penelitian ini juga penting dalam konteks komunikasi Islam, khususnya dalam menilai bagaimana perspektif etika dakwah terhadap penggunaan humor dalam penyampaian pesan agama. Menurut Al-Qur'an dan Hadis, komunikasi dalam dakwah harus dilakukan dengan cara yang bijaksana dan penuh hikmah (QS. An-Nahl: 125).

Penelitian ini difokuskan pada analisis wacana terhadap kontroversi yang melibatkan Gus Miftah dan pedagang es teh, dengan menyoroti aspek bahasa dan humor dalam dakwah. Kajian ini akan membahas bagaimana komunikasi yang digunakan dalam ceramah Gus Miftah dikonstruksi, diterima, serta diinterpretasikan oleh publik, khususnya dalam konteks komunikasi Islam di era digital. Batasan penelitian ini mencakup objek kajian, yaitu ceramah atau pernyataan Gus Miftah yang memicu kontroversi dan respons publik di media sosial serta pemberitaan media online.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) Teun A. Van Dijk. Pendekatan ini bertujuan untuk mengungkap makna, relasi kuasa, dan ideologi yang terkandung dalam ujaran viral Gus Miftah kepada penjual es teh, serta konstruksi wacana yang berkembang dalam respons publik di media sosial.

Data penelitian bersumber dari video viral dan komentar publik pada platform Facebook, Instagram, TikTok, dan X (Twitter). Pemilihan platform didasarkan pada tingginya tingkat partisipasi pengguna dan perannya sebagai ruang utama pembentukan opini publik. Unit analisis meliputi ujaran dalam video dan komentar yang merepresentasikan kritik, pembelaan, serta penilaian moral publik.

⁴ Ni Kadek Juliantari, "Paradigma Analisis Wacana Dalam Memahami Teks Dan Konteks Untuk Meningkatkan Kemampuan Membaca Pemahaman", Acarya Pustaka, Vol. 3, No.1, Juni 2017

⁵ Van Dijk T, *Digital Democracy: Vision And Reality Department Of Media Comuunication And Organization* (Jakarta:Bumi Askara: 2016) 76

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital, dengan penelusuran menggunakan kata kunci relevan. Dari setiap platform dipilih tiga video dengan jumlah likes tertinggi untuk merepresentasikan jangkauan interaksi yang luas. Data dianalisis menggunakan kerangka Van Dijk yang mencakup dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Keabsahan data dijaga melalui ketekunan pengamatan dan triangulasi sumber, guna memastikan konsistensi dan relevansi temuan dengan konteks sosial peristiwa yang dikaji.

Hasil dan Pembahasan

Kontroversi ujaran “goblok” oleh Gus Miftah kepada penjual es teh dalam acara pengajian di Magelang memunculkan serangkaian wacana yang berkembang luas di ruang publik digital. Analisis terhadap komentar pada empat platform media sosial menunjukkan bahwa publik tidak hanya mempermasalahkan diksi tersebut, tetapi juga menautkannya dengan isu etika dakwah, kesantunan berbahasa, dan citra moral pendakwah. Wacana dominan yang muncul menyoroti bahwa tokoh agama dipandang sebagai figur moral yang harus menjaga pilihan kata, sehingga penggunaan bahasa kasar dianggap mencederai adab dakwah dan mengurangi nilai keteladanan dalam ruang keagamaan.

Di sisi lain, peristiwa ini juga memunculkan wacana mengenai relasi kuasa dan batas humor dalam ceramah. Publik menilai bahwa meskipun ucapan tersebut dimaksudkan sebagai candaan, konteks sosial yang menghadirkan tokoh agama sebagai figur berotoritas dan pedagang es teh sebagai masyarakat kecil menjadikan humor itu dipersepsikan tidak setara. Hal ini menimbulkan kritik mengenai penggunaan humor yang berpotensi merendahkan martabat seseorang dalam forum keagamaan. Selain itu, publik menyoroti pentingnya akuntabilitas tokoh agama di era digital, di mana setiap ujaran dapat direkam, dipotong, dan viral, sehingga pendakwah dinilai harus lebih berhati-hati dalam berkomunikasi karena konsekuensi sosialnya tidak lagi terbatas pada ruang lokal.

Secara keseluruhan, wacana yang berkembang menunjukkan bahwa peristiwa ini dipahami masyarakat sebagai fenomena yang melibatkan dimensi moral, sosial, dan representasional. Hal ini menegaskan bahwa bahasa dalam dakwah bukan sekadar alat komunikasi, tetapi praktik sosial yang mencerminkan nilai, kekuasaan, dan sensitivitas publik terhadap etika komunikasi keagamaan.

Penelitian ini menemukan bahwa ujaran “goblok” yang disampaikan Gus Miftah kepada penjual es teh dalam pengajian di Magelang memunculkan respons publik yang sangat luas dan membentuk empat konfigurasi wacana dominan di ruang digital. Data diperoleh melalui analisis komentar pada empat platform media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, dan X/Twitter), dengan mengambil tiga video dengan jumlah *engagement* tertinggi pada masing-masing platform. Berdasarkan proses *coding*, masyarakat membentuk wacana secara simultan terkait etika berbahasa, relasi kuasa, batas humor, dan citra tokoh agama.

Pertama, mayoritas komentar publik menunjukkan penolakan terhadap penggunaan kata “goblok” dalam forum dakwah. Publik menilai bahwa diksi tersebut tidak memenuhi standar kesantunan berbahasa dan tidak sesuai dengan nilai moral seorang tokoh agama. Kedua, sebagian besar komentar membela pedagang es teh dan memunculkan wacana ketimpangan relasi kuasa, di mana

seorang pendakwah dipandang memiliki posisi lebih tinggi sehingga penggunaan bahasa merendahkan dianggap tidak proporsional. Ketiga, muncul wacana terkait batas humor dalam dakwah. Sebagian publik menilai bahwa ucapan itu hanya candaan khas Gus Miftah, namun kelompok lain menganggap humor dalam ruang keagamaan harus tetap berada dalam koridor adab dan penghormatan. Keempat, publik mengkritik citra dan peran moral seorang tokoh agama, terutama ketika ia juga memegang posisi sebagai representasi negara. Publik menilai bahwa figur publik religius memiliki tanggung jawab lebih besar dalam mengontrol tuturannya, terlebih di era digital di mana seluruh ucapan terekam dan dapat viral.

a. Dimensi Teks (Struktur Bahasa dan Pilihan Diksi)

Menurut Teun A. van Dijk, analisis teks berkaitan dengan bagaimana pilihan kata, struktur kalimat, penekanan, dan strategi retorika membangun makna. Dalam kasus ini, penggunaan kata “goblok” menjadi pusat perhatian. Secara linguistik, kata ini merupakan bentuk *insult term* atau istilah penghinaan bernilai peyoratif. Meskipun disampaikan dalam konteks bercanda, bentuknya tetap mengandung unsur degradasi terhadap objek ujaran. Struktur kalimat “Yo kono dolen, goblok” menunjukkan adanya perpaduan instruksi dan labelisasi, yang dalam konteks publik dapat mengonstruksi representasi negatif terhadap individu yang disebutkan. Dengan demikian, secara tekstual, kata tersebut memicu penerimaan makna yang berbeda-beda pada publik karena berada di antara konteks humor dan penghinaan.

b. Dimensi Kognisi Sosial (Skema Pengetahuan dan Persepsi Publik)

Dimensi kognisi sosial merujuk pada cara publik membangun makna berdasarkan pengalaman, nilai, dan pengetahuan sosial yang sudah ada. Publik Indonesia memiliki skema moral yang kuat terkait posisi ustaz sebagai figur teladan. Sehingga, ujaran kasar dari seorang pendakwah dianggap tidak sejalan dengan ekspektasi sosial terhadap adab seorang tokoh agama. Dalam kerangka ini, reaksi publik tidak hanya didorong oleh ujaran itu sendiri, tetapi oleh benturan antara ekspektasi moral dan tindakan verbal pendakwah. Banyak komentar publik menunjukkan bahwa masyarakat mengaitkan ujaran tersebut dengan isu akhlak, adab, dan tanggung jawab moral seorang tokoh agama. Selain itu, pembelaan publik kepada pedagang es teh menunjukkan bahwa masyarakat memiliki skema solidaritas terhadap kelompok sosial yang dianggap lemah atau kurang berdaya.

c. Dimensi Konteks Sosial (Kekuatan Simbolik, Relasi Kuasa, dan Ruang Digital)

Dimensi konteks sosial menyoroti bagaimana ujaran dipengaruhi oleh situasi sosial yang melingkupinya. Gus Miftah berada dalam posisi ganda: sebagai pendakwah populer sekaligus Utusan Khusus Presiden di bidang keagamaan. Status ini mempengaruhi cara publik menilai tuturannya. Ujaran “goblok” tidak dipandang sekadar ucapan ringan, melainkan tindakan simbolik dari seorang figur berotoritas kepada masyarakat kecil. Karena itu, publik mengartikulasikan kritik terhadap relasi kuasa dalam wacana tersebut. Selain itu, konteks digital turut memperbesar dampak ujaran ini. Media sosial mengubah ujaran yang awalnya bersifat lokal menjadi perbincangan nasional. Viralitas membuat ujaran tersebut diproses, dianalisis, dikritik, dan direproduksi secara masif oleh masyarakat.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa wacana yang berkembang tidak bersifat tunggal, melainkan interseksi antara moralitas, kekuasaan, humor, dan akuntabilitas publik. Publik memperdebatkan apakah humor dapat membenarkan penggunaan bahasa kasar, apakah tokoh agama boleh bercanda secara ekstrem, atau apakah posisi pendakwah memberikan legitimasi tertentu terhadap ujaran yang lebih bebas. Di sisi lain, publik menegaskan bahwa seorang tokoh agama tetap harus menjaga citra moralnya, terlebih ketika video dakwah dapat tersebar luas. Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan bahwa wacana publik bukan hanya reaksi spontan, tetapi refleksi budaya terhadap nilai-nilai etika keagamaan dan komunikasi publik di era digital.

Simpulan

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa ujaran “goblok” yang dilontarkan Gus Miftah menimbulkan empat konstruksi wacana dominan di ruang digital. Pertama, wacana kesantunan dan etika berbahasa dalam dakwah, yang menempatkan pendakwah sebagai figur moral yang wajib menjaga pilihan diksi. Kedua, wacana relasi kuasa, yang menyoroti ketimpangan posisi simbolik antara tokoh agama dan masyarakat kecil. Ketiga, wacana mengenai batas penggunaan humor dalam ruang keagamaan, yang menegaskan bahwa humor tidak dapat digunakan untuk melegitimasi ujaran yang bersifat ofensif. Keempat, wacana akuntabilitas tokoh agama di era digital, yang menuntut adanya pengawasan moral terhadap tutur kata figur publik. Keempat wacana ini memperlihatkan bahwa peristiwa tersebut dipahami masyarakat sebagai persoalan moral, sosial, dan representasional yang jauh melampaui konteks humor yang dimaksudkan.

Daftar Pustaka

- Burhan Bungin, “*Sosiologi Komunikasi*” (Jakarta:Kencana, 2007).
- Cahyono, A. F., & Handayani, G. M. (2024). Stereotip Generasi Z dalam Lirik Lagu For Revenge dengan Perspektif Pragmatik. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 7(1), 118-132.
- Evi Faiza, “*Analisis Wacana Dakwah Dan Gerakan Khilafah Dalam Film Dokumenter Jejak Khilafah Di Nusantara*”, (Skripsi IAIN Jember, 2021) 24
- Handayani, G. M. H. G. M., & Cahyono, A. F. (2025). An Analysis of Speaking Skill Assessment Activities in Contemporary English Language Teaching. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*, 4(1), 33-41.
- Handayani, G. M., & Cahyono, A. F. (2023). Speech Act Analysis on Abdullah Azwar Anas Presentation in Kick Andy TV Show. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*, 2(2), 166-177.
- Handayani, G. M., & Cahyono, A. F. (2024). Classroom Interaction: Teacher Talk and Students' Responses. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*, 3(1), 69-80.
- Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Wacana*. (Bandung: Angkasa, 1987).
- Japarudin, “*Humor Dalam Aktivitas Tabligh*”, *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, Vol 17 No. 02 (2017).

- Muhamad Agung Setiawan *"Humor Atau Hina? Menilai Etika Komunikasi Publik Dalam Kasus Gus Miftah Dan Penjual Es Teh"* Jurnal Semai Komunikasi, Volume VII, No. 2, Desember 2024.
- Muhammad Ridwan dan Zenal Arifin, *"Etika Humor Dalam Dakwah: Analisis Kontroversi Ceramah Gus Miftah"* MUMTAZ, Vol. 8, No. 02 (2024).
- Ni Kadek Juliantari, *"Paradigma Analisis Wacana Dalam Memahami Teks Dan Konteks Untuk Meningkatkan Kemampuan Membaca Pemahaman"*, Acarya Pustaka, Vol. 3, No.1, Juni 2017
- Norman Fairclough, *Language and Power* (London: Longman, 2001); Van Dijk, *Discourse and Power* (2009).
- Nurul Musyafa'ah, *"Analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk"* Jurnal Program Studi PGMI, Vol 4, No 2, September 2017
- Rachmat Prihartono, Suharyo, *"Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk dalam "#DebatKeren Papua – Budiman Sudjatmiko VS Dandhy Laksono" (Kajian Analisis Wacana Kritis)"*, Jurnal Vol. 1, No. 2, Oktober 2022.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA, 2014).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2016).
- Van Dijk T, *Digital Democracy: Vision And Reality Department Of Media Comuunication And Organization* (Jakarta: Bumi Askara: 2016).
- Van Dijk, T. A. *"Discourse and Context: A Sociocognitive Approach"*. Cambridge: Cambridge University Press. (2008).
- Vicky Hidayah, *"Wacana Komunikasi Persuasif Gus Miftah Dalam Channel Youtube Najwa Shuhab (studi analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk)"* Skripsi UIN Prof KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022