

ANALISIS SUPERSTRUKTUR WACANA PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU MEDIA ONLINE INSTAGRAM SMK MUHAMMADIYAH 1 PASURUAN: KAJIAN SEMIOTIKA

Mohammad Hidayatulloh¹, Sugianti², Ilmiyatur Rosidah³

^{1,2,3}Universitas PGRI Wiranegara

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 27-29, Tembokrejo, Purworejo, Pasuruan, Jawa Timur

e-mail: ¹hidayatyah0807@gmail.com, ²sugiantiuniwara@gmail.com, ³ilmirosidah37@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji penggunaan media sosial Instagram oleh SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan dalam menyebarkan informasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Dengan perkembangan teknologi, media sosial menjadi alat promosi efektif yang dapat mempengaruhi jumlah pendaftar. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis superstruktur wacana pamflet digital melalui teori Teun A. Van Dijk yang mencakup elemen *headline*, *body copy*, dan *closure*, serta memahami peran semiotika dalam interpretasi makna tiap elemen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi pada pamflet yang diunggah akun Instagram SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan selama periode PPDB. Data dianalisis berdasarkan konteks teks dan makna simbolik yang disampaikan melalui elemen pamflet. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan headline yang provokatif dan visual yang menarik meningkatkan daya tarik iklan, sementara body copy memberikan informasi detail tentang program keahlian, fasilitas, dan syarat pendaftaran. Penutup iklan efektif dalam mengarahkan calon pendaftar untuk berinteraksi lebih lanjut. Kesimpulan menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital melalui superstruktur wacana dan elemen semiotika berperan penting dalam membentuk citra sekolah dan meningkatkan minat calon peserta didik baru.

Kata kunci: Superstruktur Wacana, Media Sosial, Semiotika, Promosi Sekolah, PPDB

Abstract

This study examines the use of Instagram by SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan to disseminate information about New Student Admissions (PPDB). With the advancement of technology, social media has become an effective promotional tool that can influence the number of applicants. This research aims to analyze the superstructure of discourse in digital pamphlets using Teun A. Van Dijk's theory, which includes elements of headline, body copy, and closure, and to understand the role of semiotics in interpreting the meaning of each element. This study employs a descriptive qualitative method with content analysis techniques on pamphlets posted on SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan's Instagram account during the PPDB period. Data were analyzed based on the textual context and symbolic meaning conveyed through pamphlet elements. The findings reveal that the use of provocative headlines and

Article History

Received: November 2024

Reviewed: November 2024

Published: November 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Liberosis.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

appealing visuals increases the advertisement's attractiveness, while the body copy provides detailed information about the vocational programs, facilities, and registration requirements. The closure of the advertisement effectively directs prospective students to further engagement. The conclusion indicates that digital communication strategies, through the superstructure of discourse and semiotic elements, play a crucial role in shaping the school's image and increasing the interest of potential new students.

Keywords: *Discourse Superstructure, Social Media, Semiotics, School Promotion, New Student Admissions (PPDB)*

1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform utama yang digunakan berbagai institusi, termasuk lembaga pendidikan, untuk menyampaikan informasi dan melakukan promosi. Masyarakat milenial kini semakin akrab dengan penggunaan media sosial, yang memudahkan institusi pendidikan dalam menyebarkan informasi mengenai program-program mereka. SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan, sebagai institusi pendidikan kejuruan, menggunakan Instagram sebagai media utama dalam promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), memanfaatkan berbagai fitur media sosial untuk menarik calon siswa (Moedi, 2020).

Kemudahan mengakses informasi melalui media sosial memberikan keuntungan strategis bagi lembaga pendidikan. Menurut Nasrullah (2016), media sosial berperan sebagai alat komunikasi yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi dan berbagi informasi tanpa batas, yang membantu lembaga pendidikan seperti SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan dalam mempromosikan citra positifnya di kalangan siswa dan orang tua. Dengan memanfaatkan fitur gambar dan teks yang ada di Instagram, sekolah ini mencoba memperkenalkan program keahlian yang ditawarkan melalui konten digital yang menarik perhatian (Nurani Soyomukti, 2017).

Agar pesan yang disampaikan efektif, elemen-elemen penyusun pamflet digital seperti judul, isi, dan penutup memegang peran penting. Menurut Van Dijk (1980), setiap wacana harus memiliki struktur yang jelas, di mana judul berfungsi sebagai pembuka yang menarik, isi sebagai informasi utama, dan penutup sebagai elemen persuasif yang mendorong tindakan audiens. Struktur wacana yang diterapkan pada iklan PPDB di Instagram ini bertujuan untuk memaksimalkan daya tarik dan efektivitas pesan agar mudah dipahami dan diingat oleh calon peserta didik serta orang tua mereka.

Teori superstruktur dari Van Dijk sangat relevan dalam analisis ini, karena teori tersebut memberikan kerangka yang sistematis untuk memahami elemen-elemen wacana dalam iklan digital. Van Dijk menjelaskan bahwa superstruktur wacana terdiri dari pendahuluan, isi, dan penutup, yang memiliki fungsi spesifik untuk menarik perhatian, menyampaikan informasi, dan mendorong audiens untuk bertindak. Dalam konteks iklan PPDB, penerapan superstruktur ini dapat membantu sekolah dalam menyusun pesan yang kuat untuk mencapai tujuan promosinya (Van Dijk, 1980).

Selain superstruktur, semiotika juga memainkan peran penting dalam analisis ini. Semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda yang mengkaji makna tersembunyi di balik teks atau visual dalam konteks sosial. Tanda-tanda dalam pamflet digital, seperti warna, gambar, dan teks, memiliki makna tertentu yang dapat membangun citra sekolah dan menarik perhatian calon siswa. Melalui pendekatan semiotika, setiap elemen dalam iklan dapat

dianalisis untuk memahami bagaimana pesan tersembunyi tersebut mempengaruhi persepsi dan emosi audiens (Nur, 2022).

Dengan menggunakan analisis superstruktur, penelitian ini mengkaji bagaimana elemen-elemen iklan seperti judul, isi, dan penutup diatur untuk membuat iklan lebih menarik dan efektif. Selain itu, analisis petanda dan penanda digunakan untuk memahami makna tersembunyi dari setiap bagian iklan, sehingga memberikan pemahaman lebih dalam mengenai strategi komunikasi digital yang digunakan sekolah untuk menyampaikan pesan kepada calon siswa.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi, yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami secara mendalam struktur wacana pada iklan digital Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di Instagram SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan. Menurut Gunawan (2016), pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang masalah sosial dan perilaku, sehingga metode ini sesuai untuk menganalisis konten pamflet digital sebagai media promosi sekolah. Data yang dikumpulkan mencakup pamflet-pamflet yang diunggah pada akun Instagram resmi SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan selama periode PPDB yang ditentukan.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi, di mana peneliti mengumpulkan data dari konten visual dan teks pamflet yang diunggah sekolah di media sosial. Menurut Sugiyono (2013), teknik dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan terhadap dokumen tertulis, gambar, atau video yang telah ada. Pada penelitian ini, langkah-langkah pengumpulan data meliputi identifikasi iklan PPDB yang relevan, tangkapan layar dari unggahan Instagram, serta pengorganisasian data ke dalam tabel analisis yang terdiri dari aspek-aspek superstruktur wacana sesuai teori Van Dijk, yaitu judul, isi, dan penutup.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, seperti yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2023). Reduksi data melibatkan penyederhanaan informasi dengan fokus pada elemen-elemen superstruktur dan semiotika pamflet. Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel untuk mempermudah interpretasi elemen-elemen superstruktur, sedangkan tahap penarikan kesimpulan dilakukan untuk memahami makna yang terkandung di dalam pesan pamflet. Analisis ini menggabungkan superstruktur dan semiotika untuk menginterpretasikan makna yang lebih mendalam dari setiap elemen pamflet, sehingga dapat memberikan gambaran tentang strategi komunikasi digital yang digunakan sekolah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil Penelitian “Analisis Superstruktur Wacana Penerimaan Peserta Didik Baru Media Online Instagram SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan: Kajian Semiotika

Penelitian ini mengungkapkan bahwa setiap pamflet Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang diunggah oleh SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan di akun Instagram resmi mereka dirancang dengan tiga elemen superstruktur utama, yaitu judul, isi, dan penutup. Analisis terhadap sebelas pamflet menunjukkan bahwa elemen judul di setiap pamflet menggunakan kalimat provokatif dan informatif untuk menarik perhatian calon siswa. Judul seperti “Pingin Kerja di Jepang?” dan “Pendaftaran Siswa Baru Tahun Pelajaran 2024/2025” digunakan untuk mengundang minat audiens dengan kalimat yang menonjol dan mengajak calon siswa membaca lebih lanjut.

Pada bagian isi, setiap pamflet menyajikan informasi yang mendetail mengenai program keahlian yang ditawarkan, yaitu Teknik Sepeda Motor, Teknik Komputer

Jaringan, Desain Komunikasi Visual, Akuntansi, dan program keahlian lainnya. Pamflet-pamflet ini juga mencantumkan informasi tentang jalur pendaftaran, periode pendaftaran, dan penawaran diskon, seperti potongan biaya daftar ulang hingga 50% dan keterangan mengenai kuota terbatas. Informasi ini disusun secara terstruktur dalam bentuk poin-poin atau daftar yang memudahkan calon siswa dan orang tua untuk memahami berbagai pilihan yang ditawarkan sekolah.

Bagian penutup pada setiap pamflet berfungsi sebagai ajakan persuasif, dilengkapi dengan informasi kontak yang memudahkan audiens untuk melakukan langkah selanjutnya, seperti mendaftar secara online atau menghubungi panitia. Ajakan seperti "Join Us" dan kode QR yang mengarah ke link pendaftaran online ditampilkan dengan jelas untuk memudahkan akses bagi calon pendaftar. Beberapa pamflet juga menyertakan kontak telepon dan alamat sekolah untuk memberikan pilihan kontak langsung kepada calon siswa atau orang tua yang memerlukan informasi lebih lanjut.

Selain itu, analisis semiotika menunjukkan bahwa pamflet menggunakan elemen visual seperti warna mencolok, gambar, dan simbol yang memperkuat daya tarik visual dan membantu menyampaikan pesan dengan efektif. Misalnya, kata-kata "Diskon 50%" dan "Kuota Terbatas" diberikan penekanan visual yang kuat untuk menciptakan kesan urgensi. Dari hasil analisis, terlihat bahwa penggunaan elemen-elemen ini berhasil meningkatkan daya tarik dan efektivitas iklan PPDB di Instagram SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan, sejalan dengan tujuan promosi sekolah untuk mencapai kuota penerimaan siswa baru.

2) Pembahasan Penelitian "Analisis Superstruktur Wacana Penerimaan Peserta Didik Baru Media Online Instagram SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan: Kajian Semiotika"

Pembahasan hasil penelitian mengenai iklan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan melalui Instagram menunjukkan bahwa penerapan elemen-elemen superstruktur dan semiotika berperan penting dalam membangun daya tarik dan citra positif sekolah. Berdasarkan teori Van Dijk (1980), superstruktur wacana mencakup judul, isi, dan penutup yang berfungsi memandu audiens dalam memahami pesan secara terstruktur. Pada penelitian ini, judul yang bersifat provokatif, seperti "Pingin Kerja di Jepang?" dan "Pendaftaran Siswa Baru Tahun Pelajaran 2024/2025," efektif dalam menarik perhatian audiens. Penggunaan kalimat yang mencolok sebagai judul berfungsi untuk memicu rasa ingin tahu calon siswa dan orang tua, yang sesuai dengan prinsip bahwa headline bertujuan mengundang minat untuk mengeksplorasi isi lebih lanjut.

Pada bagian isi, pamflet digital menyajikan informasi mendalam tentang berbagai program keahlian yang ditawarkan sekolah, seperti Teknik Sepeda Motor (TSM), Teknik Komputer Jaringan (TKJ), Desain Komunikasi Visual (DKV), dan Akuntansi. Dengan mencantumkan program ini secara jelas, pamflet tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi yang akurat untuk calon siswa. Penyajian informasi dalam bentuk poin-poin yang ringkas mempermudah audiens dalam memahami konten yang ditawarkan. Strategi ini mendukung prinsip body copy dalam teori Van Dijk, yang berfungsi sebagai bagian informatif yang membangun citra positif serta memberikan kejelasan tentang layanan atau keunggulan yang ditawarkan sekolah (Nasrullah, 2016). Selain itu, penawaran diskon dan kuota terbatas menambah dimensi persuasif dalam pamflet. Informasi seperti "Potongan Daftar Ulang 50%, kuota terbatas" menciptakan kesan eksklusivitas dan urgensi, sebuah strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan ketertarikan calon siswa dan mendorong mereka untuk segera mengambil keputusan.

Elemen penutup dalam setiap pamflet, yang terdiri dari ajakan untuk mendaftar dan informasi kontak, berfungsi sebagai arahan langsung bagi calon siswa atau orang tua. Penggunaan frasa seperti "Join Us" yang disertai kode QR untuk akses pendaftaran online menambah kesan modern dan efisien, serta memenuhi fungsi penutup sebagaimana yang dijelaskan Van Dijk, yakni untuk memberikan arahan spesifik yang memudahkan audiens dalam mengambil langkah berikutnya. Melalui penyertaan kontak langsung dan link pendaftaran, SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan menunjukkan kesiapan dalam memberikan informasi dan memfasilitasi calon pendaftar dengan akses yang mudah, responsif terhadap kebutuhan generasi muda yang menginginkan kemudahan dalam proses pendaftaran online.

Dari perspektif semiotika, setiap elemen visual pada pamflet, seperti penggunaan warna mencolok, simbol khusus, dan tata letak teks, memperkuat pesan utama yang ingin disampaikan. Tanda-tanda visual seperti "Diskon 50%" dan "Kuota Terbatas" berfungsi sebagai penanda yang menyiratkan nilai urgensi dan keuntungan eksklusif, yang dapat mendorong calon pendaftar untuk segera mengambil tindakan. Penggunaan tanda-tanda ini menunjukkan bahwa elemen visual tidak hanya menambah daya tarik estetis, tetapi juga memainkan peran penting dalam persuasi. Dengan menyertakan tanda-tanda yang menarik perhatian, sekolah berhasil menciptakan citra positif yang mencerminkan profesionalisme dan komitmen dalam menyediakan pendidikan berkualitas (Nurani Soyomukti, 2017).

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan strategi superstruktur dan semiotika yang efektif dalam promosi PPDB melalui Instagram dapat memberikan dampak signifikan dalam menarik minat calon siswa. Melalui susunan elemen-elemen wacana yang terstruktur dan tanda-tanda visual yang persuasif, SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan berhasil memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang strategis. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang sama dapat diterapkan oleh institusi pendidikan lain untuk mengoptimalkan promosi digital mereka dalam menjangkau calon siswa secara luas. Di tengah kompetisi yang semakin ketat dalam bidang pendidikan, strategi komunikasi yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan media sosial ini memberikan keunggulan kompetitif bagi sekolah dalam mencapai target penerimaan siswa baru.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa iklan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan di Instagram telah menerapkan elemen-elemen superstruktur wacana dengan baik, termasuk *headline*, *body*, penutup, serta teks dan konteks, sesuai teori Van Dijk. Analisis terhadap sebelas pamflet menunjukkan bahwa elemen judul digunakan untuk menarik perhatian, isi memberikan informasi program dan keunggulan sekolah, sementara bagian penutup mengarahkan audiens untuk bertindak, seperti mendaftar melalui link atau menghubungi sekolah. Setiap elemen superstruktur ini berhasil memainkan peran penting dalam menarik minat calon siswa sekaligus membangun citra positif sekolah sebagai institusi pendidikan yang modern dan responsif terhadap kebutuhan generasi digital. Meski demikian, terdapat beberapa kekurangan pada struktur kalimat di sejumlah pamflet yang sedikit mengurangi efektivitas komunikasi dan kejelasan pesan. Secara keseluruhan, konteks iklan efektif dalam menciptakan kesan urgensi dan eksklusivitas melalui penggunaan visual dan teks yang menarik. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa sekolah-sekolah lain dapat memanfaatkan elemen superstruktur serupa dalam promosi digital mereka

untuk meningkatkan daya tarik dan jangkauan. Strategi komunikasi yang tepat, adaptif terhadap media sosial, dan disusun secara profesional dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam menjangkau calon peserta didik baru.

2) Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran untuk penulis pamflet penerimaan peserta didik baru SMK Muhammadiyah 1 Pasuruan agar memperhatikan aspek yang dapat mengomunikasikan pesan-pesan lebih persuasif secara teks dan konteks. Pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif mengenai prosedur dan jadwal penerimaan peserta didik baru tetapi juga memperkuat informasi mengenai fasilitas dan gambar ekstakulikuler sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). *RESUME: INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA*. 1-20.
- Al-Mas'udi, H. H. B. (2021). *Fairclough and van Dijk Models of Critical Discourse Analysis*. 47.
- Ardianto, L. W., & Ramadhan, S. (2019). IKLAN TOKOBAGUS.COM: ANALISIS STRUKTUR WACANA MODEL VAN DIJK (Tokobagus.com Advertisement: Van Dijk Model of Discourse Structure Analysis). *KANDAI*, 15(1), 75-86. <https://doi.org/10.26499/jk.v15i1.1003>
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920-8928.
- Bahri, N. F. (2019). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Masjid Keraton Buton di Kota Baubau, Sulawesi Tenggara. *JURNAL RUPA*, 4(1).
- Devy, S. K. (2016). *SUPERSTRUKTUR WACANA FASHION DAN IMPLEMENTASINYA SEBAGAI BAHAN AJAR BAHASA INDONESIA DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA*. UNIVERSITAS MMUHAMMADIYAH SURAKARTA 2016.
- Dijk, T. A. van. (2007). *Discourse and Context A Sociocognitive Approach*.
- Fitriana, R. A., Gani, E., & Ramadhan, S. (2019). ANALISIS WACANA KRITIS BERITA ONLINE KASUS PENIPUAN TRAVEL UMRAH (MODEL TEUN A . VAN DIJK). *BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pembelajarannya*, 3(1). <http://journal2.um.ac.id/index.php/basindo>
- Gunalan, S., & Hasbullah. (2020). Analisis pemaknaan semiotika pada karya iklan layanan masyarakat. *JURNAL NAWALA VISUAL*, 2(2), 44-51.
- Herawati, H. (n.d.). *PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN CELEBRITY ENDORSER (SELEBGRAM) TERHADAP MINAT BELI*. 81-97.
- Hidayatul. (2015). *Struktur Teks Berita Pendidikan Jawa Pos Edisi Juli s.d. September 2015: Kajian Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk*. 1-14.
- Humaira, H. W. (2018). ANALISIS WACANA KRITIS (AWK) MODEL TEUN A. VAN DIJK PADA PEMBERITAAN SURAT KABAR REPUBLIKA. *Jurnal Literasi*, 2(1).
- Jamaludin, M., Aini, N., & Millah, A. S. (2021). Mitologi dalam QS. Al-Kafirun Perspektif Semiotika Roland Barthes. *JALSAH: The Journal of Al-Quran and as-Sunnah Studies*, 1(1), 45-61.
- Ludji, R. J., Ola, S. S., Linguistik, I., Pascasarjana, P., Nusa, U., & Kupang, C. (n.d.). Analisis superstruktur wacana tentang covid-19 pada ruang publik di kota kupang. *Bianglala Linguistik: Jurnal Linguistik*, 9(1), 28-34.
- Nanggala, A. (2020). ANALISIS WACANA PEMBAHARUAN KEBIJAKAN ZONASI MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN NADIEM MAKARIM SEBAGAI SOLUSI

- PEMERATAAN PENDIDIKAN DI INDONESIA. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(2), 46–56.
- Patriansah, M., & Mubarat, H. (2021). ANALISIS SEMIOTIKA SAUSSURE PADA KARYA POSTER MAHARANI YANG BERJUDUL “SAVE CHILDREN.” *BESAUNG JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA*, 6(2), 105–110.
- Pradana, M. R. P., & Widyaningsih, N. (2023). *ANALISIS SUPERSTRUKTUR PADA WACANA IKLAN YOUTUBE LUWAK WHITE COFFE TARIK MALAKA*. 528–532.
- Prihatin, Y. (2022). *ANALYSIS OF MICRO STRUCTURE ON POSTER ADVERTISING ANIMAL SACRIFICES IN ELECTRONIC MEDIA: VAN DIJK MODEL DISCUSSION STUDY*. 10(2). <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra/article/view/2424%0AAabstrak>
- Riadianti, F., Ansoriyah, A. S., Nurhasanah, W., & Antika, R. (2024). Analisis Wacana Kritis Teori Teun Van Dijk Pada Iklan YouTube Holisticare ID Berjudul “Jalur Pulang.” *PUSTAKA: Jurnal Bahasa Dan Pendidikan*, 4(3).
- Risa, F. A., & Anwar, M. (2021). Analisis wacana kritis model teun a. van dijk pada iklan ramayana department store. *Suar Bétang*, 16(2), 159–167.
- Rohana, & Samsudin. (n.d.). *ANALISIS WACANA*. CV. Samudra Alif-Mim.
- Saadah, N., Wastri, L., Trisoni, R., & Batipuh, S. (2023). Analisis Kebijakan Sistem Penerimaan Peserta Didik Baru Serta Implikasinya Terhadap Kualitas Pendidikan. *AL-QALAM: Jurnal Kajian Islam & Pendidikan*, 15(2), 227–238. <https://doi.org/10.47435/al-qalam.v15i2.2366>
- Saleh, S. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF* (Agus & Salmila (eds.); 1st ed.). Penerbit Pustaka Ramadhan.
- Septriana, H., Hudhana, W. D., & Sumarlam. (2022). ANALISIS WACANA KRITIS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT COVID-19 PADA KORAN MEDIA INDONESIA (KAJIAN TEUN A. VAN DIJK). *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 11(2), 117–125.
- Sitompul, A. L., Patriansah, M., & Pangestu, R. (2021). ANALISIS POSTER VIDEO KLIP LATHI: KAJIAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE. *BESAUNG JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA*, 6(1).
- Sya, C., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @ YHOOPHII _ OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *JURNAL INOVASI*, 14(1), 32–41.
- Wati, R. I., Wardiani, R., & Astuti, C. W. (2021). TEKNIK PERSUASIF PADA IKLAN KARTU SELULER. *Jurnal.Lppmstkipponorogo.Ac.Id*, 67–75.
- Yusufrani, S. C. (2013). *ANALISIS WACANA FEATURE HUMAN INTEREST PADA KORAN HARIAN UMUM RADAR BANTEN (edisi 15 Juli 2012 - 15 Agustus 2012)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Zulhandayani, F., Dalimunthe, S. F., & Surif, M. (2023). STRUKTUR WACANA PADA IKLAN PINJOL OLEH KOMINFO: TEORI VAN DIJK. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 12(1). <http://jurnal.uika-bogor.ac.id/index.php/TEK>