

**PRODUKSI HEGEMONI DALAM KONTEN JEJAK KAMPANYE
CAPRES 2024 DI YOUTUBE NAJWA SHIHAB**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.) dalam bidang Ilmu Politik



Muhammad Juli Mahmuda

NIM 10020121056

Program Studi Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

2025

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Muhammad Juli Mahmuda

NIM : 10020121060

Program Studi : Ilmu Politik

Judul : Produksi Hegemoni Dalam Konten Jejak Kampanye
Capres 2024 Di Youtube Najwa Shihab.

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun,
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain,
3. Apabila Skripsi ini dikemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 11 Juni 2025

Yang Menyatakan



Muhammad Juli Mahmuda

NIM 10020121056

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Juli Mahmuda

NIM : 10020121056

Program Studi : Ilmu Politik

Berjudul *Produksi Hegemoni Dalam Konten Jejak Kampanye Capres 2024 Di Youtube Najwa Shihab*, saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 23 Mei 2025

Dosen Pembimbing,



Ajeng Widya Prakasita, M.A

NIP. 199502232020122025

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Muhammad Juli Mahmuda dengan Judul *“Produksi Hegemoni Dalam Konten Jejak Kampanye Capres 2024 di Youtube Najwa Shihab”* telah dipertahankan dan menyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 11 Juni 2025.

Tim Penguji Skripsi

Penguji I


Ajeng Widya Prakasita, M.A.
NIP 199502232020122025

Penguji II


Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.
NIP 197306272000031002

Penguji III


Dr. Khoirul Yahya, S.Ag., M.Si.
NIP 197202062007101003

Penguji IV


Dr. Hj. Aniek Nurhayati, M.Si.
NIP 196909071994032001

Surabaya, 11 Juni 2025

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.
NIP 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Juli Mahmuda
NIM : 10020121056
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Politik
E-mail address : julimhmda@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Produksi Hegemoni Dalam Konten Jejak Kampanye Capres 2024 di Youtube Najwa Shihab

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Juli 2025

Penulis



(Muhammad Juli Mahmuda)

ABSTRAK

Muhammad Juli Mahmuda, “Produksi Hegemoni Dalam Konten Jejak Kampanye Capres 2024 Di Youtube Najwa Shihab”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025.”

Penelitian ini menjelaskan terkait peran media sosial Youtube dari Najwa Shihab dalam membingkai wacana pemberitaan politik selama gelaran pilpres 2024 dan melihat bagaimana media sosial Youtube Najwa Shihab dalam mendukung atau menantang hegemoni politik selama gelaran pilpres 2024 berlangsung. Fokus penelitian ini melihat bagaimana peran media sosial Youtube Najwa Shihab sebagai wadah informasi masyarakat dalam mengikuti perkembangan dinamika politik yang ada selama pilpres 2024 berlangsung pada muatan pemberitaan atau konten dengan judul “Jejak Kampanye Capres 2024”.

Sebagai jembatan, media bertugas menyampaikan fakta secara objektif, akurat, dan berimbang, sehingga masyarakat dapat memperoleh gambaran yang utuh mengenai suatu peristiwa. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis model David Machin dan Andrea Mayr. Hasil dari analisis ini dilihat dengan model produksi hegemoni milik Gramsci. Proses pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan melakukan analisis pada pemberitaan atau konten dengan judul “*Jejak Kampanye Capres 2024*”.

Hasil temuan dari penelitian ini, konten yang dimuat melalui akun Youtube Najwa Shihab dengan judul “Jejak Kampanye Capres 2024” memiliki nilai keberpihakan dengan adanya narasi yang digunakan, hingga pengambilan visual dari salah satu capres, serta relasi kuasa yang ada. Adapun bentuk kecenderungan yang terjadi juga disebabkan oleh adanya korelasi antara aktor dengan pemilik media dan narasi yang digunakan memiliki nilai *unconscious memory* terhadap pemilih Prabowo. Lebih lanjut, konten yang dihasilkan ini dengan jumlah penonton sudah mencapai 1.526.284 mampu memproduksi hegemoni baru dalam mendukung salah satu capres, pengaruh yang diberikan pada konten yang dibuat oleh Najwa Shihab ini mampu mempengaruhi pemikiran atau sudut pandang penonton konten tersebut. Sebagai instrumen jembatan informasi, peran ini tentunya harus dihindarkan, agar integritas dari media dapat dipertahankan.

Kata Kunci: Najwa Shihab; Jejak Kampanye Capres 2024; Analisis Wacana Kritis.

ABSTRACT

Muhammad Juli Mahmuda, *"The Production of Hegemony in 2024 Presidential Campaign Trail Content on Najwa Shihab's YouTube Channel". Sunan Ampel State Islamic University Surabaya, 2025."*

The study explains the role of Najwa Shihab's YouTube social media channel in framing the discourse of political news during the 2024 presidential election and examines how Najwa Shihab's YouTube channel supports or challenges political hegemony throughout the 2024 presidential election period. The focus of this research is to observe how Najwa Shihab's YouTube channel serves as an information platform for the public to follow the developments and dynamics of politics during the 2024 presidential election, specifically through the news content or program titled "Jejak Kampanye Capres 2024" (Traces of the 2024 Presidential Candidate Campaign).

As a bridge, the media is tasked with conveying facts objectively, accurately, and fairly, so that the public can obtain a complete picture of an event. The method used is qualitative research with a Critical Discourse Analysis approach based on the model by David Machin and Andrea Mayr. The results of this analysis are viewed through Gramsci's theory of hegemony production. The data collection process was conducted directly by analyzing news reports or content titled "Jejak Kampanye Capres 2024" (The Trail of the 2024 Presidential Campaign).

The findings of this research indicate that the content published through Najwa Shihab's YouTube account titled "Jejak Kampanye Capres 2024" shows signs of bias through the narratives used, the visual framing of one of the presidential candidates, and the existing power relations. The tendency observed is also influenced by the correlation between the actors and the media owner, as well as the narrative employed, which carries an unconscious memory bias towards Prabowo's voters. Furthermore, this content, which has reached 1,526,284 viewers, is capable of producing a new hegemony in support of one of the presidential candidates. The influence exerted by the content created by Najwa Shihab can affect the thoughts or perspectives of its viewers. As an instrument serving as a bridge of information, this role should certainly be avoided to maintain the integrity of the media.

Keywords: *Najwa Shihab; The 2024 Presidential Candidates' Campaign Trail; Critical Discourse Analysis.*

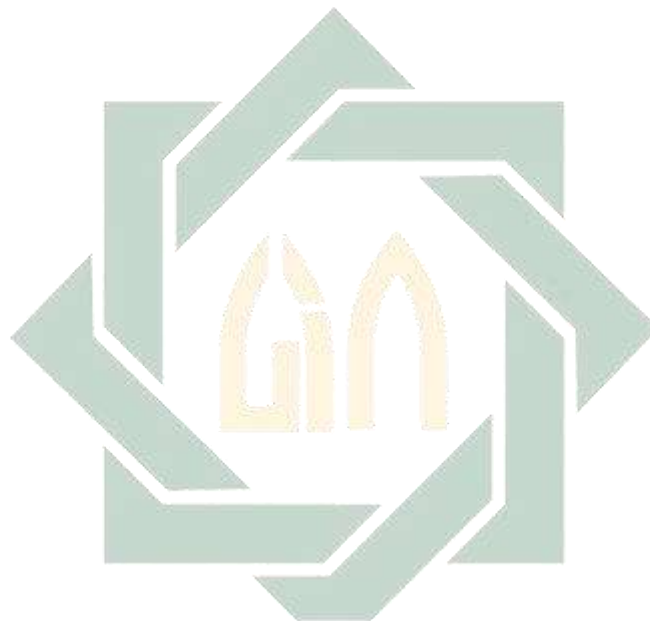
DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO.....	iii
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Kajian Pustaka	13
F. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI UTAMA	24
A. Perspektif Teoritis	24
1. Teori Analisis Wacana Kritis	24
2. Produksi Hegemoni Politik	28
B. Argumentasi Utama	31
BAB III METODE PENELITIAN	33

A. Jenis dan Masalah Penelitian	33
B. Jenis dan Sumber Data	35
C. Situasi Sosial dan Teknik Sampling	35
1. Situasi Sosial	35
2. Teknik Sampling	36
E. Teknik Analisis Data	39
F. Teknik Validasi Data	40
BAB IV PRODUKSI HEGEMONI VIDEO JEJAK KAMPANYE CAPRES 2024 DI YOUTUBE NAJWA SHIHAB DILIHAT MELALUI ANALISIS WACANA KRITIS	43
A. Konten Video Jejak Kampanye Capres 2024 di Youtube Najwa Shihab	43
B. Analisis Wacana Kritis Konten “Jejak Kampanye Capres 2024” Di Youtube Najwa Shihab	47
C. Produksi Hegemoni Dibalik Konten Jejak Kampanye Capres 2024	92
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	xv
A. Jadwal Penelitian	xv
B. Angket Pertanyaan Informan	xv
C. Dokumentasi Penelitian	xxv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian	39
Tabel 4.1 Data Analisis Struktur Anies Baswedan	58
Tabel 4.2 Data Analisis Struktur Prabowo Subianto	66
Tabel 4.3 Data Analisis Struktur Ganjar Pranowo	75



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4.1 Timeline Konten Youtube Jejak Kampanye Capres 2024	43
Gambar 4.2 Agenda Desak Anies	58
Gambar 4.3 Diskusi Anies dengan Masyarakat dalam Agenda Desak Anies.....	59
Gambar 4.4 Informasi Jegalan Lawan Politik saat Penyelenggaraan Desak Anies	59
Gambar 4.5 Wawancara Najwa Shihab dengan Pendukung Anies.....	59
Gambar 4.6 Wawancara Najwa dengan Anies.....	59
Gambar 4.7 Kampanye Akbar Anies Baswedan.....	60
Gambar 4.8 Wawancara Najwa Shihab dengan Pendukung Anies.....	60
Gambar 4.9 Wawancara Najwa dengan Anies setelah Kampanye Akbar Anies..	60
Gambar 4.10 Anies bersama Tom Lembong melakukan Live Tiktok.....	60
Gambar 4.11 Merchandise Buatan Pendukung Anies.....	61
Gambar 4.12 Kunjungan Prabowo Disambut Antusiasme Masyarakat.....	66
Gambar 4.13 Antusiasme Masyarakat Berinteraksi dengan Prabowo	66
Gambar 4.14 Wawancara Najwa Shihab dengan Pendukung Prabowo di Malang	66
Gambar 4.15 Wawancara Najwa Shihab dengan Kelompok Loyalis Gerakan Prabowo 08	67
Gambar 4.16 Dukungan Kalangan Elit seperti SBY kepada Prabowo	67
Gambar 4.17 Wawancara Najwa Shihab dengan Emil Dardak	67
Gambar 4.18 Dukungan Kalangan Elit seperti Airlangga Hartarto kepada Prabowo	67

Gambar 4.19 Wawancara Najwa dengan penyanyi nasional Marion Jola.....	68
Gambar 4.20 Pidato Prabowo saat berkampanye dihadapan masyarakat	68
Gambar 4.21 Prabowo berjoget Bersama dengan para pendukung saat berkampanye	68
Gambar 4.22 Wawancara Najwa Shihab dengan Prabowo setelah Kampanye Akbar	68
Gambar 4.23 Pidato Prabowo Subianto dalam Acara Himpunan Pengusaha	69
Gambar 4.24 Ganjar Berdiskusi Secara Langsung dengan Masyarakat Akar Rumput	75
Gambar 4.25 Ganjar Melakukan Agenda Menginap di Rumah Warga	75
Gambar 4.26 Wawancara Najwa dengan pemilik rumah yang dijadikan tujuan menginap Ganjar	76
Gambar 4.27 Bentuk kedekatan Ganjar dengan masyarakat	76
Gambar 4 28 Wawancara Najwa denga Ganjar terkait model kampanye Ganjar.	76
Gambar 4.29 Peta jejak kampanye antara Ganjar dengan Jokowi	76
Gambar 4.30 Agenda Kampanye Akbar tim pemenang Ganjar.....	77
Gambar 4.31 Wawancara Najwa dengan masyarakat kalangan ibu-ibu pendukung Ganjar.....	77
Gambar 4.32 Wawancara Najwa dengan pendukung Ganjar saat Kampanye Akbar	77
Gambar 4.33 Wawancara Najwa dengan Ketua TPN Ganjar-Mahfud	77
Gambar 4.34 Pertunjukan Karya Butet dalam agenda Kampanye Akbar Ganjar.	78
Gambar 4.35 Pidato Ganjar Pranowo saat pelaksanaan Kampanye Akbar	78

Gambar 4.36 Wawancara Najwa dengan personal Slank dalam Kampanye Akbar Ganjar.....	78
Gambar 4.37 Komentar Pertama Konten Youtube Najwa Shihab.....	85
Gambar 4.38 Komentar Kedua Konten Youtube Najwa Shihab	86
Gambar 4.39 Komentar Ketiga Konten Youtube Najwa Shihab	86
Gambar 4.40 Komentar Keempat Konten Youtube Najwa Shihab	87
Gambar 4.41 Komentar Kelima Konten Youtube Najwa Shihab	88
Gambar 4.42 Temuan Kecenderungan Capres Pada Konten Jejak Kampanye Capres 2024.....	93



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Alayya, Jauza. "Strategi Populisme "Wong Cilik" Ganjar Pranowo Dalam Twitter Untuk Mengelola Citra Positif." *Jurnal Komunikasi Profesional*, vol. 7, no. 3, 2 June 2023, pp. 354–368, <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i3.5783>. Accessed 31 Oct. 2024.
- Anggie Ayu Astria Latuperissa. "Pendekatan Public Relations Politik Di Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Politik." *Jurnal Public Relations (J-PR)*, vol. 3, no. 1, 4 Apr. 2022, pp. 9–17, jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/1015, <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1015>. Accessed 29 Mar. 2024.
- Azwar, Azwar, et al. "Unsur Keberpihakan Pada Pemberitaan Media Online Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kampanye Pada Kumparan.com." *Jurnal Studi Jurnalistik*, vol. 3, no. 1, 28 Mar. 2021, pp. 48–62, <https://doi.org/10.15408/jsj.v3i1.19878>. Accessed 18 Nov. 2022.
- Dwi Aksa, Yudha Asmara, and Christina Sandra N.S. "HEGEMONI Dalam BERITA PEMILIHAN CALON PRESIDEN DI MEDIA CETAK INDONESIA." *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, vol. 1, no. 1, 21 Mar. 2016, pp. 1–19, <https://doi.org/10.33558/makna.v1i1.794>. Accessed 24 Apr. 2025.
- Dwi Pradana, Arioseno, et al. *HEGEMONI POLITIK FENOMENA CALON TUNGGAL DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH DAN WAKIL KEPALA DAERAH TAHUN 2020 (Studi Perbandingan Kota Semarang & Kabupaten Boyolali)*. Journal of Politic and Government Studies, Dec. 2022.
- Esha Mahendra, Dio Alfianto, and Hanantyo Sri Nugroho. "Advokasi LSM Sosial Media Social Movement Institute Terhadap Hegemoni Pemerintah Dalam Sensor Media Dan Kebebasan Berpendapat Di Ruang Digital." *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, vol. 11, no. 1, 28 Feb. 2025, pp. 248–268.

Fahruji, Deden, and Atef Fahrudin. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus Tentang Akun Media Sosial Partai Politik Dan Politisi." *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, vol. 6, no. 2, 5 Sept. 2023, pp. 118–132, <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.6675>. Accessed 29 Sept. 2024.

Fatimah, Siti, et al. "Analisis Wacana Kritis Fairclough Dalam Wacana Pilpres 2024 (Studi Kasus Berita Di Instagram @Pinterpolitik) Fairclough's Critical Discourse Analysis in the 2024 Presidential Election Discourse (Case Study News on Instagram @Pinterpolitik)." *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, vol. 4, no. 2, 2023, pp. 45–53, <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v4i2.200>. Accessed 20 Feb. 2025.

Fikolbi, Savira , et al. *Analisis Resepsi Penyebaran Gagasan Bacapres Tahun 2024 Dalam Tayangan Youtube Mata Najwa*. 2023, pp. 72–81. Accessed 2025.

Fira Isrofillah. "STRATEGI TOKEN POLITIK CAPRES PRABOWO SUBIANTO DALAM JULUKAN GEMOY SEBAGAI PENGARUH the AMERICANIZATION DI INDONESIA." *KAGANGA KOMUNIKA Journal of Communication Science*, vol. 6, no. 1, 31 May 2024, pp. 77–88, jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA/article/view/3876, <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v6i1.3876>. Accessed 4 Oct. 2024.

Gori, Friska. "Prabowo Subianto, Dari Jejak Militer Ke Kepemimpinan Nasional Halaman 1 - Kompasiana.com." *KOMPASIANA*, Kompasiana.com, 6 Nov. 2024, www.kompasiana.com/friskagori6821/672b2345c925c4378079a8d2/prabowo-subianto-dari-jejak-militer-ke-kepemimpinan-nasional. Accessed 19 May 2025.

Gramsci, Antonio. *Selections from the Prison Notebooks*. New York, International Publishers, 1971.

Hayat, Muzahid Akbar, et al. "Penggunaan Media Sosial Instagram Ganjar Pranowo Dalam Kampanye Politik Pemilihan Presiden Tahun 2024." *Syntax*

- Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, vol. 9, no. 1, 24 Jan. 2024, pp. 411–424, jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/14886/9546, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i1.14886>. Accessed 2 May 2024.
- Hidayat, Ichsan, et al. “Analisis Isi Konten Instagram @Prabowo Dalam Membangun Citra Pada Pemilihan Presiden 2024.” *Da Watuna Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, vol. 4, no. 5, 2 Sept. 2024, <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i5.3075>. Accessed 20 Feb. 2025.
- Kafomai, Bastian, and ST Ramlah. “PERAN ORANG TUA DALAM MENDAMPINGI ANAK BELAJAR PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN MAULafa KECAMATAN MAULafa KOTA KUPANG.” *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, vol. 8, no. 1, 18 Apr. 2023, pp. 1–8, <https://doi.org/10.59098/jipend.v8i1.921>. Accessed 1 June 2025.
- Lenaini, Ika, and Riwayat Artikel. “TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING INFO ARTIKEL ABSTRAK.” *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, vol. 6, no. 1, 2021, pp. 33–39, <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>. Accessed 16 May 2025.
- Machin, David, and Andrea Mayr. *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. London, Sage, 2012.
- Mubarrod, Robert, et al. *Marketing Politik Jelang Pemilu 2024 “Desak Anies”, “Prabowo Gemoy”, Dan “Ganjar Nginap Di Rumah Warga.”*
- Muhammad, Yasar, et al. “Peran Influencer Terhadap Pemilihan Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024.” *Journal of Law Administration and Social Science*, vol. 4, no. 5, 1 July 2024, pp. 981–995, <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i5.956>.
- Mustika, Linda . *MENAKAR NETRALITAS DAN INDEPENDENSI MEDIA MASSA TERHADAP KEBIJAKAN PUBLIK (Studi Kasus Surat Kabar Palopo Pos Dan Koran Seru!YA)*. 31 Mar. 2018, pp. 16–28.

- Muzahid Akbar Hayat, et al. "Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, vol. 2, no. 1, 21 Jan. 2021, pp. 104–114, <https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.61>.
- Najwa Shihab. "Jejak Kampanye Capres 2024 | Mata Najwa." *YouTube*, 9 Feb. 2024, www.youtube.com/watch?v=_B1kUC1Fh3U. Accessed 20 Feb. 2025.
- None Fajar Satriyawan Wahyudi, and None Muhammad. "Strategi Komunikasi Desak Anies: Analisis Kampanye Gaya Baru Untuk Mencerdaskan Bangsa Dan Membangkitkan Semangat Konstitusionalisme Dalam Amanat UUD 1945." *Deleted Journal*, vol. 2, no. 5, 14 May 2024, pp. 174–185, <https://doi.org/10.62504/jimr456>. Accessed 28 June 2024.
- Pers, Dewan . *KODE ETIK JURNALISTIK*. 14 Mar. 2006.
- Rama Dewa, et al. "ANALISIS KAMPANYE POLITIK ANIES BASWEDAN DAN MUHAJIRIN ISKANDAR PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2024." *Jurnal Komunikasi Dan Budaya/Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, vol. 5, no. 1, 17 July 2024, pp. 44–51, <https://doi.org/10.54895/jkb.v5i1.2633>. Accessed 1 Oct. 2024.
- Ratnamulyani, Ike Atikah, and Beddy Iriawan Maksudi. "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DIKALANGAN PELAJAR DI KABUPATEN BOGOR." *Sosiohumaniora*, vol. 20, no. 2, 18 July 2018, <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965>. Accessed 15 Oct. 2020.
- Revolusi, Prabunindya. "PERSEPSI PUBLIK DAN MEDIA SOSIAL DALAM KAMPANYE DIGITAL PILPRES 2024." *Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, vol. 5, no. 1, 2024. Accessed 16 May 2025.
- Riyantika, Tifa, and Puti Wijayanto. *Perbandingan Branding Anies Baswedan, Prabowo Subianto, Dan Ganjar Pranowo Di Instagram Pada Masa Kampanye Pilpres 2024*. *Journal of Politic and Government Studies*, 18 Feb. 2025.

- Rusandi, and Muhammad Rusli. “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, vol. 2, no. 1, 17 June 2021, pp. 48–60, <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>. Accessed 7 Apr. 2022.
- Safitri, Dini, et al. “Joget Prabowo Dan Filter Bubble: Tinjauan Terhadap Respon Masyarakat Pasca Pemilu Di YouTube CNN Indonesia.” *Journal of Communication Studies*, vol. 6, no. 2, 2024. Accessed 19 May 2025.
- Salman Farid, Ahmad. “PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KAMPANYE POLITIK DAN DAMPAKNYA TERHADAP PARTISIPASI POLITIK DAN PERSEPSI PUBLIK.” *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, 2023. Accessed 20 Feb. 2025.
- Setiawan, Kodrat Eko Putro, et al. “Analisis Wacana Kritis Berita Daerah Ngawi Dalam Media Daring Radarmadiun.co.id Edisi Oktober 2021.” *Jurnal Sastra Indonesia*, vol. 11, no. 2, 31 July 2022, pp. 92–99, <https://doi.org/10.15294/jsi.v11i2.56189>. Accessed 20 Feb. 2025.
- Sidi Wiraguna, et al. “Metode Penelitian Kualitatif Di Era Transformasi Digital Qualitative Research Methods in the Era of Digital Transformation.” *Arsitekta Jurnal Arsitektur Dan Kota Berkelanjutan*, vol. 6, no. 01, 31 May 2024, pp. 46–60, <https://doi.org/10.47970/arsitekta.v6i01.524>. Accessed 1 Nov. 2024.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D / Sugiyono*. Vol. 2013, no. 2013, 19 Dec. 2013, pp. 1–99.
- Suhardi, and Salamah. “BAHASA SEBAGAI ALAT HEGEMONI: STUDI LITERATUR TENTANG WACANA MEDIA.” *Journal Media Public Relations*, vol. 5, no. 1, 11 June 2025. Accessed 17 June 2025.
- Surya Nugraha, Gilang. *Branding “Tuanku Ya Rakyat Jabatan Cuma Mandat” Ganjar Pranowo Di Instagram Dalam Masa Kampanye Pemilu 2024*. 20 July 2024, pp. 1–90.

- Umar, Laode Muhammad. "HEGEMONI POLITIK DALAM DISKURSUS PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI SULAWESI SELATAN TAHUN 2013." *Jurnal Al-Khitabah*, vol. 3, no. 3, 1 June 2017. Accessed 24 Apr. 2025.
- Wahyudi Sunarwan, and Sains Pieter Surlia. "STRATEGI PENCITRAAN POLITIK CAPRES JOKOWI MELALUI INSTAGRAM : SEBUAH ANALISIS KONTEN KUALITATIF." *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, vol. 3, no. 01, 5 Aug. 2021, pp. 18–33. Accessed 20 Feb. 2025.
- Widianti, Nurhannah, et al. "PEMBERITAAN POLUSI JAKARTA PADA MAJALAH TEMPO: PERSPEKTIF ANALISIS WACANA KRITIS MODEL MICHEL FOUCAULT." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, vol. 14, no. 2, 31 Dec. 2023, pp. 229–240.
- Wirga, Evans W. "ANALISIS KONTEN PADA MEDIA SOSIAL VIDEO YOUTUBE UNTUK MENDUKUNG STRATEGI KAMPANYE POLITIK." *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, vol. 21, no. 1, 28 Sept. 2017. Accessed 20 Feb. 2025.
- Wulandari, Wulandari, and Indah Rahmayanti. "Tindak Tutur Perlokusi Dalam Wawancara Capres Pada Kanal YouTube Najwa Shihab." *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, vol. 10, no. 4, 26 Aug. 2024, pp. 3667–3678, <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i4.4351>. Accessed 21 Oct. 2024.
- Yunisa Oktavia Frangky Silitonga. "IMPLEMENTASI ANALISIS WACANA KRITIS PERSPEKTIF LEEUWEN DALAM BERITA POLITIK SURAT KABAR PADANG EKSPRES TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA BERBASIS TEKS." *Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, vol. 1, no. 2, 1 Jan. 2019, <https://doi.org/10.32528/bb.v1i2.397>. Accessed 20 Feb. 2025.