Catatan:

1. Silahkan Gunakan template ini untuk naskahnya
2. Jenis tulisan (Font), size, dan spasi disesuaikan dengan keinginan penulis
3. Save as Type: Word 97-2003 Document – PENTING
4. SAVE nama file: Judul Buku_Penulis

PERSPEKTIF LINGUISTIK DALAM WACANA PARIWISATA

I Nengah Laba

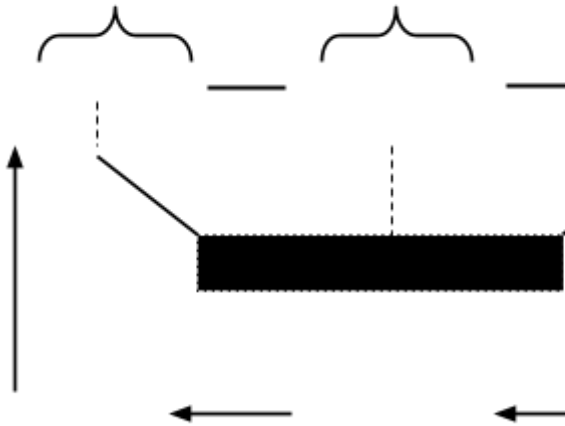
Perkembangan dunia pariwisata memengaruhi dinamika bahasa. Ini terlihat dari persinggungan antarbahasa di dalam dunia pariwisata yang telah menjadi fenomena sentral dalam masyarakat posmodern (bdk. Fox, 2008:13-15, Beratha, 2004:68). Sebagai satu kesatuan sistem representasi, bahasa juga menjadi medium inti bagi masyarakat pariwisata dan institusi media dalam memproduksi pesan yang

terungkap dalam teks dan wacana. Sehubungan dengan hal ini, media massa cenderung menjadi arena pergulatan kepentingan yang tercermin dari implementasi berbagai strategi sehingga memunculkan berbagai representasi dan dominasi lingual. Dalam menyajikan informasi media massa tidak terlepas dari beragam konflik kepentingan yang sering disebabkan oleh adanya berbagai pergulatan ideology di dalamnya.

Teks di dalam media cetak sebagai salah satu bentuk media massa adalah hasil proses wacana yang mengandung nilai-nilai

representasi, dominasi dan ideologi. Konstruksi lingual dalam wujud kata, frase, kalimat ataupun ungkapan tertentu pada wacana pariwisata memiliki alasan masing-masing dan pilihan ini bukan suatu kebetulan dan bukan juga arbitraries. Ideologi yang berada di balik penghasil teks selalu mewarnai bentuk wacana tertentu. Dari paparan ini diperoleh pemahaman bahwa analisis wacana kritis menempatkan bahasa dalam sistem terbuka sesuai dengan konteks sosialnya.

Hubungan antara media, wacana dan ideologi dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1.1

Hubungan antara Media, Wacana dan Ideologi

(Sumber: Burton, 2012:75)

Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa representasi seseorang atau kelompok yang berkepentingan memerlukan institusi media beserta segala instrumen operasionalnya untuk membuka ruang wacana dalam melakukan dominasi melalui pelbagai konstruksi lingual sebagai upaya menanamkan ideologi baik secara nyata maupun terselubung kepada

khalayak (masyarakat). Ideologi menunjukkan efek-efek yang berkaitan dengan sikap dan perilaku khalayak sebagai penyebab terjadinya konstruksi sosial yang melahirkan realitas sosial dan kembali memerlukan ruang untuk merepresentasikan dirinya. Pada konteks ini dan dalam perspektif linguistik terapan, analisis wacana kritis dapat digunakan sebagai bingkai kerja untuk membongkar representasi dan bentuk-bentuk dominasi dalam kehidupan sosial yang dapat terlihat maknanya dalam realitas sosial melalui konstruksi lingual (bdk. van Leeuwen, 2005, Laba, Riana dan Schmoll, 2015).

Konsep dasar tulisan ini adalah representasi lingual, dominasi lingual, dan wacana pariwisata. Representasi lingual merujuk pada deskripsi atau narasi terhadap sesuatu, seseorang atau kelompok masyarakat yang menyangkut makna-makna yang dikaitkan dengan tampilan yang dikonstruksi (Burton, 2012:137-138). Dalam artikel ini, representasi lingual menyangkut persoalan pemilihan dan penggunaan leksikon, frase, klausa dan kalimat yang menjadikan teks (wujud lingual) sebagai sarana representatif dan dominatif dalam upaya memperkokoh

berbagai kepentingan dalam sebuah wacana.

Menurut van Dijk (2008:6), dominasi adalah suatu bentuk pemaksaan akibat adanya kekuasaan sosial *(sosial power)* oleh suatu kelompok masyarakat. Burton (2008) menyatakan bahwa media massa melalui berbagai dominasi lingual yang terwujud dalam penggunaan struktur dan bentuk kalimat memiliki kekuatan untuk membentuk pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang dunia. Dari pemaparan ini, dapat disarikan bahwa yang dimaksud dengan dominasi lingual dalam tulisan ini adalah berbagai struktur dan

bentuk kalimat yang termuat dalam media cetak nasional.

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai industri jasa yang bergerak dalam bidang transportasi, perhotelan, jasa hospitaliti, tempat tinggal, makanan, minuman yang di dalamnya jelas berkaitan erat dengan jasa lainnya. Merujuk pada konsep wacana pariwisata yang dikemukakan Hallet dan tulisan ini didefinisikan sebagai segala teks tulis yang menggambarkan kegiatan yang berhubungan dengan bidang pariwisata yang termuat di media cetak nasional.

Nurudin (2009:36) menyatakan bahwa komunikasi massa telah memunculkan revolusi baru dalam era informasi mampu membentuk karakter masyarakat. Dalam artikel ini, media cetak nasional dimaksud merujuk pada konsep inti, yakni sarana media massa yang dicetak dan diterbitkan secara berkala, seperti surat kabar dan majalah. Media cetak nasional yang dimaksudkan di sini adalah Bali Post yang memuat wacana pariwisata.

Relevansi Teori

Tulisan ini mengacu pada teori-teori relevan yang berkaitan dengan perspektif linguistik dalam wacana pariwisata. Teori-teori relevan tersebut adalah 1) teori analisis wacana kritis model van Leeuwen dengan pendekatan strategi eksklusi dan inklusi; 2) teori representasi lingual oleh Burton (2012) yang mengemukakan bahwa representasi yang ditampilkan dalam wujud lingual di media massa bekerja dengan dua cara, yakni determinasi dan fungsionalisme.; 3) teori dominasi oleh Burton (2008) yang mengemukakan bahwa media massa melalui wujud lingual yang ditampilkan

memiliki kekuatan untuk melakukan konstruksi dan rekonstruksi realitas sosial; 4) teori ideologi oleh Thompson (2003) yang mengemukakan bahwa ideologi merujuk pada ranah deskriptif dan proses hubungan kekuasaan yang tidak simetris.

Menurut Mayr (2008), wacana dari sisi teoretis dimulai dari analisis sosial oleh Foucault (1977), mengarah ke linguistik kritis oleh Fowler, dkk (1979), dan analisis wacana kritis yang dipelopori oleh van Dijk (1997). Analisis wacana kritis menggunakan bahasa dalam konteksnya sebagai medium inti. Hasilnya bukan hanya

untuk memperoleh gambaran dari aspek kebahasaan, melainkan juga menghubungkannya dengan aspek sosial. Dalam wacana pariwisata, analisis teks lebih difokuskan pada tingkat penggunaan bahasa melalui pendekatan eksklusi dan inklusi.

Analisis wacana kritis model van Leeuwen menampilkan cara pihak-pihak dan aktor (perorangan atau kelompok) ditampilkan dalam sebuah wacana. Dengan menggunakan kata, kalimat, informasi atau susunan bentuk kalimat tertentu, cara bercerita tertentu, masing-masing kelompok

direpresentasikan ke dalam sebuah wacana. Melalui wacana media cetak bisa jadi melegitimasi sesuatu hal atau kelompok dan mendelegitimasi dan memarginalkan kelompok lain.

Korpus linguistik yang dipaparkan dalam tulisan ini berupa wujud lingual dalam bentuk leksikal, frasa, struktur kalimat (gramatika) dan fenomena tekstualitas dalam wacana pariwisata di media cetak nasional yang terbit di Bali, yakni *Bali Post*.

Pengumpulan wujud-wujud lingual tersebut diperoleh dengan metode dokumentasi.

Metode ini memiliki teknik dasar yang berwujud teknik catat. Teknik catat ini dibantu dengan teknik kartu, transkripsi, transliterasi sehingga didapatkan berbagai bentuk-bentuk lingual yang sahih (lihat Sudaryanto, 1993, Mahsun, 1995; 2005).

Analisis dengan perspektif linguistik dilakukan untuk mengetahui hal tersembunyi yang ada dalam wacana pariwisata. Implementasi strategi wacana model van Leeuwen (2005; 2008) menunjukkan cara menampilkan pihak-pihak dan aktor (perorangan atau kelompok) dalam sebuah

wacana. Model kerja analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh van Leeuwen berfokus pada dua hal pokok, yakni proses eksklusi *(exclusion)* dan inklusi. Strategi pemasifan merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk proses pengeluaran aktor sosial dari teks. Strategi wacana dalam bentuk pemasifan ditunjukkan dalam struktur kalimat pada frasa, “Kawasan elite pariwisata dibayangi kemiskinan” (Bali Post, 20/9/2013) Mengacu pada frasa tersebut dalam perspektif linguistik, konstruksi strategi pemasifan dapat dianalisis secara sintaksis. Dalam tataran sintaksis,

struktur kalimat di atas," kawasan elite pariwisata dibayangi kemiskinan" terdiri atas frasa verba pasif, yakni "dibayangi kemiskinan" dengan frasa nomina, "kawasan elite" yang secara linguistik berperan sebagai *agent*. Apabila dicermati dalam tataran verba bahasa Indonesia yang mengenal adanya dua sufiks verba, yaitu {-i} dan {-kan} yang dilekatkan pada dasar nomina adjektiva dan bentuk dasar (*base form*). Terkait dengan leksikal, "bayang" termasuk ke dalam bentuk dasar terikat karena bentukan ini belum bisa mengisi salah satu slot dalam kalimat di atas. Setelah dilekati sufiks verba {-i} barulah

bentukan ini menjadi verba transitif. Verba bayangi bisa diaplikasikan ke dalam bentuk diaktesis aktif maupun pasif menjadi *membayangi* dan *dibayangi*. Dilihat dari segi makna sufiks {-i} pada leksikon di atas dapat dikatakan mengandung makna mendapat. Dalam konteks ini, argumen verba kawasan elite pariwisata mendapat bayang kemiskinan. Dilihat dari segi peran tematik, verba membayangi menetapkan dua argumen, yaitu kawasan elite pariwisata dan kemiskinan.

Mengacu pada pijakan teoretis strategi wacana model van Leeuwen, klausa di atas

mengandung unsur strategi pemasifan yang ditunjukkan dengan frasa, *“dibayangi kemiskinan”.* Melalui strategi ini, khalayak digiring untuk melihat sisi lain dari pengelolaan kawasan elite pariwisata, yaitu kemiskinan. Berpijak dari ciri keelitan suatu kawasan, maka seyogyanya setiap individu yang bermukim di kawasan itu mendapat cipratan kemakmuran. Tetapi nyatanya, secara alamiah masih ada sebagian kelompok masyarakat yang belum mencicipi kue hasil kemewahan dan geliat pariwisata. Menurut van Leeuwen (2008), strategi pemasifan digunakan agar khalayak tidak akan lebih jauh

mengkritisi siapa aktor yang harus bertanggung jawab terhadap bayang-bayang kemiskinan di kawasan elite pariwisata. Dalam strategi ini aktor atau pengelola kawasan dapat tersembunyi atau sengaja disembunyikan melalui strategi eksklusi dalam bentuk strategi pemasifan. Pemilihan kalimat pasif seperti konstruksi lingual dimaksud disebabkan oleh adanya target menyembunyikan aktor dan sebagai upaya media menonjolkan leksikon ‘kemiskinan’ yang dipertentangkan dengan proposisi berbentuk frase ‘kawasan elite’ sehingga khalayak tertarik dengan

membaca berita yang disajikan. Sebab, media cetak juga memiliki target ekonomis untuk meningkatkan penjualan oplah surat kabar. Kedua target tersebut menjadi langkah awal dalam melakukan proses pemilihan '*argumen'* dengan verba berkategori pasif.

Unsur leksikal, "*dibayangi"* menjadi ciri pertama dan utama dalam melihat strategi wacana eksklusi. Melalui kalimat pasif, aktor dapat dihilangkan dalam wacana, sesuatu yang tidak mungkin terjadi dalam kalimat yang berstruktur aktif. Bentuk kalimat pasif yang menghilangkan pelaku dari

kalimat seperti contoh di atas juga dapat membuat khalayak pembaca tidak kritis dan tidak akan dapat menggugat siapa yang harus bertanggung jawab terhadap adanya kontradiksi antara kawasan elite pariwisata dengan ciri glamornya bersanding dengan kemiskinan.

Burton (2012: 119-121) menyatakan bahwa media mampu dijadikan sebagai institusi untuk merepresentasikan sesuatu atau seseorang. Melalui bahasa tulis dan gambar visual media mengambil tindakan representatif. Persoalan representasi berurusan dengan cara khalayak memersepsikan

pesan yang disampaikan oleh media melalui makna tekstualnya (bdk. Semma, 2008: 276 -278). Representasi dalam bentuk determinasi yang ditunjukkan dalam konstruksi lingual, *".....pariwisata Bali bukanlah dari, oleh dan untuk orang Bali, melainkan dari, oleh dan untuk orang asing"* (Bali Post,17/9/2012) adalah representasi determinasi yang menyatakan bahwa media atau pemroduksi teks pada wacana pariwisata ini memaparkan adanya sesuatu atau seseorang terpinggirkan, ada pertentangan antara pihak superior (orang asing) dengan pihak inferior (orang Bali). Hal ini dapat dijelaskan dari

pemilihan dan penggunaan konjungsi kontrastif, *“.....bukanlah.....melainkan.....”* untuk mempertegas pentingnya upaya rekonstruksi sosial dalam kaitan dengan pembangunan pariwisata Bali ke depan. Makna tekstualitas dalam wacana pariwisata di atas menggambarkan pentingnya konsensus antara orang asing dengan orang Bali dalam memetakan pembangunan pariwisata demi kepentingan bersama. Hal ini nyata disampaikan oleh pewacana yang dalam konteks ini adalah media cetak yang memberikan ‘argumen’ bahwa selama ini pembangunan pariwisata hanya untuk orang

asing yang terrepresentasikan dari frase, *".....dari, oleh dan untuk orang asing".*

Dominasi lingual mengacu pada berbagai konstruksi lingual dalam wacana pariwisata di media menunjukkan dominasi kepada khalayak dengan berbagai efeknya di tengah masyarakat. Burton (2010:13) menyatakan bahwa makna suatu wacana adalah tentang nilai-nilai dan keyakinan adanya representasi dan dominasi sehingga komunikasi dalam sebuah wacana adalah juga penanaman ideologi.

Struktur kalimat *“Transplantasi terumbu karang mulai dilakukan tahun ini dan papan larangan menggunakan alat penembak ikan yang merusak terumbu karang dipasang.” (Bali Post, 7/2/2012*) mampu menggiring dan merekonstruksi pandangan para pembaca terhadap isu penyelamatan terumbu karang untuk mendukung kegiatan pariwisata.

Melalui konstruksi lingual dalam dua frasa yang saling mendukung, yakni *“transplantasi terumbu karang”* dan *“larangan menggunakan alat penembak ikan”,* media mendominasi khalayak melalui penetapan agenda terhadap

isu-isu penting yang berhubungan dengan daya tarik wisata untuk pengembangan kepariwisataan itu sendiri. Lebih lanjut, mengacu kepada teori dominasi lingual, penggunaan leksikon *“transplantasi”* dan *“penembakan”* akan dapat menimbulkan kecemasan terhadap suatu isu yang dapat menyebabkan reaksi kolektif di tengah masyarakat untuk menjaga terumbu karang untuk dan demi pariwisata. Melalui berbagai konstruksi lingual media mampu mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat.

Ideologi dalam Wacana Pariwisata

Dalam praktik kewacanaan, Thompson (2003) menyatakan bahwa ideologi sebagai praktik yang beroperasi dalam proses produksi makna dalam kehidupan sehari-hari dan makna tersebut disebarluaskan untuk bisa mempertahankan kekuasaan. Sejalan dengan ini, Fairclough (1995b) menyatakan bahwa dalam kajian kultural dan komunikasi, teks diciptakan dalam proses interpretasi. Prinsip dasar yang digunakan dalam linguistik terapan dan analisis wacana kritis untuk mengkaji ideologi di balik

wacana adalah bagaimana praktik kewacanaan mencerminkan dan memberikan kontribusi kepada perubahan sosial dan budaya. Ideologi lokal yang tersurat dalam konsep pariwisata budaya yang tertuang dalam peraturan daerah provinsi Bali[1] merupakan wujud ideal pariwisata Bali yang diharapkan bertumpu pada ideologi dan spirit lokal. Struktur kalimat "*Pariwisata yang digerakkan oleh investor yang kental dengan watak kapitalismenya*

[1] Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisataan Budaya Bali

dan didukung kebijakan yang pragmatis, menjadikan penduduk lokal semakin termarginalkan."
menggambarkan refleksi yang terjadi dan menimpa Bali sebagai destinasi pariwisata dunia. Pembangunan dan pengembangan pariwisata Bali terstandarisasi ke dalam kebutuhan ideologi kapitalisme yang lebih mengedepankan sifat pragmatis dan berpihak kepada pasar dan investor.

Ideologi kapitalisme dalam wacana pariwisata tersebut terrepresentasi ke dalam realitas sosial yang dalam hal ini direpresentasikan oleh

unsur-unsur lingual seperti watak *kapitalisme, kebijakan pragmatis,* dan penduduk lokal semakin termarginalkan yang terdapat dalam wacana pariwisata; *"....oleh investor yang kental dengan watak kapitalismenya dan didukung kebijakan yang pragmatis, menjadikan penduduk lokal semakin termarginalkan*."

Secara teoretis tulisan ini memadukan model kerja AWK Van Leeuwen (2005) dan kerangka teori Representasi & Dominasi Lingual oleh Burton (2008; 2012). Bertitik tolak pada skema pengembangan ilmu *"The Critical Theory of Juergen Haberman"* perihal ilusi

ontologis dan distorsi epistemologis tentang teori murni, yakni kemurnian atau kebenaran suatu teori tidak bersifat permanen dan perlu terus dikritisi (McCarthy, 2011:131-132), maka konstruksi dan rekontruksi teoretis dari tulisan ini adalah bahwa analisis wacana kritis melibatkan tiga parameter wacana, yakni 1) target; 2) proses; dan 3) konsensus yang disebut dengan Tri Karma Wacana dengan model analisis yang aplikatif. Secara aplikatif, konsepsi teoretis Tri Karma Wacana merujuk pada cara institusi media dan aktor yang ada di balik wacana menentukan target sedari awal

sebelum mewacanakan sesuatu dan memilih penggunaan simbol atau tanda bahasa melalui kata, frasa, ataupun klausa sebagai wujud adanya representasi dan dominasi lingual yang dapat dimanfaatkan untuk menanamkan suatu ideologi. Pada konteks inilah diperlukan adanya suatu konsensus antar pelibat wacana (pewacana).

Pada tataran praksis dan aplikatif, Tri Karma Wacana dapat digunakan sebagai instrumen untuk memahami wacana dan maknanya di tengah masyarakat. Kongkritnya, berbagai perbincangan sosial

(sosiowacana) baik dalam bentuk lisan maupun tertulis terbingkai dalam Tri Karma Wacana yang terdiri atas target, proses dan konsensus. Konsepsi teoretis Tri Karma Wanana tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1) ***Target***, mengacu pada tujuan atau sasaran yang ingin dicapai oleh seseorang, kelompok masyarakat atau institusi ketika mewacanakan suatu isu. Tujuan di sini muncul didasarkan pada dan bersumber dari ideologi yang melatarbelakangi atau ideologi yang ingin

disebarkan kepada khalayak publik.

2) **Proses,** mengacu pada keseluruhan hal atau tahapan yang diperlukan untuk mencapai konsensus. Pada konteks proses, seseorang memerlukan beberapa komponen wacana sebagai instrumen, yakni:

   a. Argumen, mengacu pada segala bentuk argumen yang harus dipertimbangkan untuk memudahkan tercapainya tujuan dalam suatu wacana.

b. Bahasa, mengacu pada bentuk-bentuk bahasa (unsur lingual) yang digunakan dalam memberikan argumen. Bahasa, dalam konteks ini, mengacu kepada bahasa verbal dan non-verbal.

c. Pengetahuan, mengacu pada pemahaman pewacana terhadap informasi dan komunikasi yang terlahir dari peristiwa sosial yang dikemas ke dalam bentuk wacana.

d. Pewacana, yakni pengirim informasi dalam komunikasi diadik dan narator dalam komunikasi monolog yang menggunakan aktor lain sebagai komunikatornya.

e. Latar, mengacu pada tempat *(desa)*, waktu *(kala)*, dan kondisi atau keadaan *(patra)*. Tempat, waktu dan kondisi berperan signifikan atas tujuan yang diharapkan. Dapat dikatakan, seorang pewacana (pemberi

informasi, narator atau orator) yang handal dalam menyampaikan argumen dengan kemampuan bahasa (linguistik) yang mumpuni dan dalam argumennya didasari atas pengetahuan *(knowledge)* yang memadai, tidak akan berarti jika disampaikan pada tempat, waktu dan kondisi yang kurang tepat.

3. **Konsensus,** mengacu pada adanya hasil yang disepakati bersama oleh

para pewacana *(interlocutors)* terhadap wacana yang ada atau dihadirkan. Konsensus ini merupakan titik balik atas segala pergulatan informasi dan komunikasi yang terlahir dari wacana dan secara alamiah pula akan menimbulkan target-target baru.

Secara grafis, paparan di atas dapat digambarkan ke dalam segitiga Tri Karma Wacana sebagai berikut.



Perspektif linguistik dalam wacana pariwisata yang berkaitan dengan representasi dan dominasi lingual melalui model kerja AWK Van Leeuwen (2005) dan konsep ideologi Thompson (2003) secara empiris menunjukkan bahwa distribusi wacana pariwisata bersifat *top-down*, yakni merambat dari atas ke bawah dengan terminologi lingual seperti agrowisata sebagai perpaduan wacana pariwisata dengan leksikon pertanian dan wisata bahari sebagai perpaduan wacana pariwisata dengan laut.

Daftar Pustaka

Anonim. 2009. Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Jakarta: Departemen Pariwisata Republik Indonesia.

Beratha, N.L.S. 2004. “Semantik dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya”. Dalam Aron Meko Mbete (ed) *Linguistika*, Volume II 20 Maret 2004. Denpasar: Universitas Udayana

Burton, G. 2002. *More Than Meets the Eye. An Introduction to Media Studies. Third Edition.*

London: Oxford Univeristy Press, Inc.

Burton, G. 2008. *Yang Tersembunyi di Balik Media*. *Pengantar kepada Kajian Media.* (Alfathri Adlin, Pentj.) Yogyakarta: Jalasutra.

Burton, G. 2010. *Media & Society. 2nd Edition*. New York: Open University Press.

Burton, G. 2012. *Media dan Budaya Populer.* (Hodder Arnold, Pentj.) Yogyakarta: Jalasutra.

Fairclough, N. 1989. *Language and Power*. Harlow-Essex: Longman Group Limited.

Fairclough, N. 1995. *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language.* Harlow-Essex: Longman Group Limited.

Fox, R. 2008. “English in Tourism: A Sociolinguistic

Perspective”, *Tourism and Hospitality Management, An International Journal of Multidisiplinary Research for South-Eastern Europe*, Vol. 12, No. 1, 2008.

Hallet, Richard W. and Weinger, J.K. 2009. *Official Tourism Websites: A Discourse Analytic Perspective*. Chicago: IL.

Laba, I N. , Riana, I.K. dan Schmoll, E. 2015.“Lingual Representation and Discourse Strategy Implemented In Tourism Discourse: A CDA Study”, *International Journal of Language and Linguistics*, Vol. 2, No. 4, October 2015.

Mahsun. 2005. *Metode Artikel Bahasa. Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Mayr, A. 2008. *Language and Power: An Introduction to Institutional Discourse*. London: Continuum International Publishing Group.

Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Perkasa.

Semma, M. 2008. Negara dan Korupsi: Pemikiran Mochtar Lubis atas Negara, Manusia Indonesia, dan Perilaku Politik. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Artikel Wahana Kebudayaan secara Linguistik.* Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Thompson, J.B. 2003. *Analisis Ideologi: Kritik Wacana Ideologi-ideologi Dunia.*

(Haqqul Yaqin, Pentj.) Yogyakarta: IRCiSod.

Van Dijk, T.A. 1997. *Discourse as Social Interaction*. London: SAGE Publication Ltd

Van Dijk, T.A. 1997. *Discourse as Structure and Process*. London: SAGE Publication Ltd.

Van Dijk, T.A. 2008. *Discourse and Power*. New York: Palgarve Macmillan.

Van Leeuwen, T. 2005. *Introducing Social Semiotics*. New York: Routledge.

Van Leeuwen, T. dan Machin, D. 2007. *Global Media Discourse: A Critical*

Introduction. New York: Routledge.

Van Leeuwen, T. 2008. *Discourse and Practice. New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford-New York: Oxford University Press.