

Submitted: 10/10/2025

Accepted: 8/11/2025

Published: 20/11/2025

Research Article

Analisis Deiksis Persona dalam Teks Berita Demonstrasi Tuntutan 17+8 Tahun 2025

Afina Aziza Marwanti^{1*}, Ilham Hermawan²

¹ Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

*Correspondence Author, E-mail: 24046010005@student.upnjatim.ac.id

Abstract

Background: The media's linguistic framing plays a pivotal role in shaping public understanding of socio-political events, particularly through the strategic use of personal deixis in news discourse. **Purpose:** This study aims to (1) examine the frequency of personal deixis in news reports covering the 2025 "17+8" protest movement in Indonesia, and (2) analyze the pragmatic functions of these pronouns in influencing readers' perspectives as the news circulated widely across digital platforms. **Method:** A mixed-methods approach was employed, combining big-data techniques to calculate the distribution of personal pronouns with pragmatic analysis to interpret their communicative functions. The dataset consists of news articles published between 20 August and 10 September 2025 from major Indonesian portals—CNN Indonesia, Tempo, Kompas, Detik, Jawa Pos, and Liputan 6. The corpus was processed using AntConc to identify pronoun patterns, followed by qualitative interpretation to determine their pragmatic roles within the discourse. **Results:** The results reveal a clear dominance of first-person plural pronouns (*kami, kita*), while second-person singular forms (*kamu, engkau, Anda*) appear least frequently. These deixis choices function to construct solidarity, delineate social distance, and reinforce power relations within the narrative of the movement. **Conclusion:** The study concludes that personal deixis is not merely grammatical but a strategic linguistic tool that shapes ideological positioning in media coverage, underscoring its significance in understanding public discourse on social movements.

Keywords: personal deixis, pragmatics, news discourse, demonstrations

PENDAHULUAN

Bahasa adalah alat komunikasi yang perannya sangat penting dalam masyarakat. Sebagai alat komunikasi bahasa berfungsi menyampaikan informasi, tetapi bahasa juga berperan sebagai instrumen yang mampu mengatur, membentuk, dan memengaruhi masyarakat. Dalam media massa, bahasa digunakan untuk memengaruhi persepsi publik melalui framing isu sosial dan pemilihan kata dalam iklan. Bahasa dalam media massa memiliki kekuatan strategis dalam membingkai realitas sosial dan politik. Pemilihan kata, struktur kalimat, hingga gaya penyajian berita dapat memengaruhi cara publik memahami dan menilai isu yang diberitakan. Teks berita merupakan penggunaan bahasa yang

disesuaikan dengan konteks. Menurut Rahmah, dkk (2022) penggunaan bahasa tidak terlepas dari tujuan yang ingin disampaikan, siapa petuturnya, masalah apa yang dibicarakan, kapan dan di mana, serta bagaimana orang lain. Dari beberapa faktor tersebut dapat dikatakan bahwa penggunaan bahasa dipengaruhi oleh faktor yang disebut konteks. Salah satu isu yang menarik perhatian publik dan sarat makna politik adalah demonstrasi Tuntutan 17+8 Tahun 2025. Isu ini mencerminkan ketegangan antara aspirasi rakyat dan otoritas pemerintah, sehingga menjadi lahan penting untuk mengkaji bagaimana media memosisikan peristiwa melalui pilihan bahasa. Dalam konteks ini, penelitian mengenai deiksis persona menjadi penting karena dapat mengungkap strategi linguistik media dalam membangun narasi solidaritas, jarak sosial, atau bahkan kekuasaan.

Deiksis sering digunakan ketika berkomunikasi lisan maupun tulisan. Kata deiksis berasal dari bahasa Yunani *deiktikos*, yang berarti 'hal penunjuk secara langsung'. Dalam logika istilah Inggris *deictic* dipergunakan sebagai istilah untuk pembuktian langsung. Menurut Purwo (1984:10), sebuah kata dikatakan bersifat deiksis apabila referennya berpindah-pindah atau berganti-ganti, tergantung siapa yang menjadi si pembicara dan tergantung pada saat dan tempat diturkannya kata itu. Menurut Nababan (1987) dan Purwo (1984), deiksis dibagi menjadi lima jenis, yaitu: deiksis persona, deiksis tempat, deiksis waktu, deiksis wacana, dan deiksis sosial. Pada penelitian ini fokus penelitian adalah penggunaan deiksis persona. Deiksis persona mencakup penggunaan kata ganti orang seperti *saya*, *kamu*, *dia*, *mereka*, *anda*, *dll*. Artikel ini mengangkat relevansi akademik dan sosial yang tinggi, sebab kajian deiksis dalam teks berita bukan sekadar analisis linguistik, tetapi juga analisis ideologis yang menghubungkan bahasa dengan kekuatan sosial dan politik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi celah kajian pragmatik dalam ranah wacana media, tetapi juga memberi kontribusi dalam memahami bagaimana bahasa dapat menjadi alat representasi kekuasaan. Dalam bahasa Indonesia deiksis persona dibagi menjadi tiga. Ketiga deiksis persona itu adalah kata ganti persona pertama dan kedua yang menyatakan orang, dan kata ganti persona ketiga dapat menyatakan orang maupun benda (termasuk binatang).

Kajian ini berlandaskan teori pragmatik yang dikemukakan oleh Levinson (1983), yang menekankan hubungan erat antara bahasa, konteks, dan interpretasi makna. Levinson memandang bahwa makna ujaran tidak dapat dilepaskan dari faktor situasional seperti siapa penuturnya, kepada siapa tuturan diarahkan, dan dalam konteks sosial apa tuturan itu muncul. Dalam kerangka ini, deiksis persona menjadi elemen penting untuk memahami bagaimana bahasa merepresentasikan relasi sosial dan kekuasaan. Menurut Levinson, deiksis persona berfungsi untuk menandai peran partisipan dalam tuturan, yaitu penutur (persona pertama), pendengar (persona kedua), dan pihak yang dibicarakan (persona ketiga). Fungsi utama deiksis persona adalah mengatur hubungan interpersonal antara partisipan komunikasi melalui pemilihan bentuk bahasa yang menunjukkan kedekatan, jarak sosial, atau hierarki kekuasaan. Dalam konteks ini, penggunaan deiksis persona dalam pemberitaan demonstrasi menjadi penting karena dapat merefleksikan bagaimana media membangun posisi, sikap, serta relasi kekuasaan antara pihak demonstran, pemerintah, dan masyarakat pembaca.

Demonstrasi merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan kelompok atau individu untuk menyetujui atau menolak kebijakan tertentu. Menurut Capah (2024), demonstrasi umumnya berupa dukungan atau kritik terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan masyarakat. Salah satu yang ramai dibicarakan adalah Tuntutan 17+8, yang melambangkan hari kemerdekaan Indonesia dan berisi 17 tuntutan jangka pendek serta 8 tuntutan jangka panjang (Milagsita, 2025). Peristiwa ini menunjukkan peran

media bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga pembentuk opini publik. Seperti dikemukakan Waziz (2012) dan Andrianti (2015), media berpengaruh besar dalam membentuk cara masyarakat memaknai demonstrasi, baik sebagai gerakan aspiratif maupun simbol perlawanan. Dalam konteks ini, penelitian deiksis persona menjadi penting untuk melihat bagaimana pilihan kata ganti dalam berita membangun makna sosial dan ideologis. Menurut Syafitri dkk. (2012), deiksis adalah kata ganti yang acuannya berubah sesuai konteks, sedangkan Djajasudarma (2009) menjelaskan bahwa deiksis persona menunjukkan peran penutur, pendengar, dan pihak yang dibicarakan. Media dengan posisinya sebagai penghubung antara peristiwa dan publik, kerap menyajikan berita menggunakan berbagai macam deiksis, salah satunya deiksis persona. Pemilihan kata ganti orang seperti *kami*, *mereka*, atau *kita* dalam teks berita tidak hanya berfungsi sebagai penanda linguistik, tetapi juga sebagai strategi ideologis untuk menentukan posisi pembaca terhadap peristiwa. Misalnya, penggunaan kata *kami* dapat menciptakan kedekatan emosional dengan demonstran, sementara kata *mereka* dapat membangun jarak atau bahkan citra negatif. Analisis berbasis big data memungkinkan peneliti menemukan pola-pola representasi bahasa yang tidak terlihat jika hanya mengandalkan data terbatas, misalnya perbedaan kecenderungan media dalam membangun kedekatan dengan massa aksi, atau sebaliknya, menciptakan jarak antara pembaca dengan demonstran. Dengan menghimpun dan menganalisis teks berita dari berbagai media, kajian ini dapat menelusuri bagaimana penggunaan deiksis persona seperti *kami*, *kita*, atau *mereka* dimanfaatkan secara konsisten maupun kontradiktif dalam membingkai demonstrasi.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis frekuensi penggunaan deiksis persona dalam teks berita tentang tuntutan 17+8 tahun 2025 serta menjelaskan fungsi pragmatik deiksis persona dalam memengaruhi cara pandang pembaca mengenai berita tuntutan 17+8 yang tersebar pada media sosial. Penelitian ini mengkaji bagaimana elemen bahasa yang sering dianggap sepele, yaitu deiksis persona (kata ganti orang), sesungguhnya berfungsi sebagai alat strategis yang kuat dalam membentuk opini publik. Dalam pemberitaan mengenai isu yang sensitif dan berpotensi memecah belah seperti "tuntutan 17+8 tahun 2025," pilihan kata ganti seperti "*kita*," "*mereka*," atau "*kami*" bukanlah sekadar pilihan tata bahasa, melainkan sebuah tindakan pragmatik untuk memengaruhi cara pembaca memandang keadaan. Dengan membongkar frekuensi dan fungsi penggunaan deiksis ini, penelitian dapat mengungkap bagaimana media secara halus membangun keberpihakan, menciptakan jarak, atau justru merangkul pembaca ke dalam satu sudut pandang tertentu.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) yang memadukan analisis kuantitatif berbasis big data dan analisis kualitatif pragmatik. Data penelitian diperoleh dari enam portal berita nasional, yaitu *CNN*, *Tempo*, *Kompas*, *Detik*, *Jawa Pos*, dan *Liputan 6* dengan total 100 teks berita Tuntutan 17+8 tahun 2025 pada periode 20 Agustus 2025 hingga 10 September 2025. Data dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi daring dengan metode *purposive sampling*. Berita dipilih berdasarkan relevansi dengan kata kunci pencarian seperti "Tuntutan 17+8". Berita yang terkumpul kemudian diunduh dan dikonversi ke dalam format teks mentah untuk dianalisis. Tahap pertama analisis ini bertujuan untuk menghitung frekuensi kemunculan deiksis persona (orang pertama, kedua, dan ketiga tunggal/jamak) dalam korpus berita. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak analisis korpus AntConc. Proses ini menghasilkan data

statistik mengenai deiksis mana yang paling dominan digunakan oleh media dalam melaporkan isu "Tuntutan 17+8". Hasil analisis kuantitatif disajikan dalam bentuk tabel frekuensi untuk menunjukkan pola distribusi dan kecenderungan penggunaan deiksis. Selanjutnya, tahap kedua analisis kualitatif dilakukan untuk menafsirkan fungsi pragmatik deiksis persona, mencakup ekspresi solidaritas untuk menganalisis penggunaan deiksis (misalnya, "kita") menciptakan rasa kebersamaan antara media/narasumber dengan pembaca, pembentukan jarak mengkaji deiksis (misalnya, "mereka") digunakan untuk menciptakan jarak psikologis atau sosial antara pembaca dengan kelompok yang diberitakan., dan konstruksi kekuasaan dalam wacana media pilihan deiksis memosisikan subjek berita dalam hubungan kekuasaan, misalnya sebagai pihak yang berwenang atau pihak yang dikuasai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian pada 100 teks berita tuntutan 17+8 tahun 2025 yang ditemukan dari berbagai media yaitu *CNN, Tempo, Kompas, Detik, Jawa Pos, dan Liputan 6* ditemukan penggunaan deiksis persona sebagai kata ganti orang. Penggunaan kata ganti orang diantaranya adalah saya, aku, kami, kita, kamu, anda, kalian, dia, ia dan mereka. Kata ganti orang tersebut kita hitung untuk mengetahui frekuensi penggunaan yang paling banyak serta kita analisis fungsinya untuk menyatakan apa pada teks berita.

Frekuensi Penggunaan Deiksis Persona dalam Teks Berita Tuntutan 17+8 Tahun 2025

Penggunaan deiksis persona dalam teks berita tuntutan 17+8 Tahun 2025 diantaranya adalah orang pertama tunggal (saya, aku), orang pertama jamak (kami, kita), orang kedua tunggal (kamu, engkau, anda), orang kedua jamak (kalian), orang ketiga jamak (dia,ia), orang ketiga jamak (mereka). Pada penelitian ini tidak membahas penggunaan *-ku* dan *-nya* karena penngunaan bentuk itu bisa beragam dan peneliti sukar dalam menganalisisnya. Kata ganti orang kedua tunggal yaitu engkau juga tidak ditemukan dalam 100 teks berita yang dianalisis, alasan tidak ditemukannya penggunaan engkau adalah karena pada berita mengenai tuntutan 17+8 tahun 2025 ini kata ganti orang yaitu engkau tidak cocok untuk menggambarkan situasi dan kesan kepada pembaca berita. Berikut tabel frekuensi penggunaan deiksis persona pada teks berita tuntutan 17+8 tahun 2025:

Tabel 1. Frekuensi Penggunaan Deiksis Persona Pada Teks Berita Tuntutan 17+8 Tahun 2025

Jenis Deiksis Persona	Bentuk Kata Ganti	Frekuensi (kemunculan)	Presentase(%)
Orang Pertama Tunggal	saya, aku	saya= 143 aku = 17 total= 160	19,35%
Orang Pertama Jamak	kami, kita	kami= 131 kita= 150 total= 281	33,97%
Orang Kedua Tunggal	kamu, engkau, anda	kamu= 1 engkau= 0 anda= 3 total= 4	0,48%
Orang Kedua Jamak	kalian	kalian= 5 total= 5	0,6%

Orang Ketiga Tunggal	dia, ia	dia= 124 ia= 90 total= 214	25,87%
Orang Ketiga Jamak	mereka	mereka= 163 total= 163	19,71%
TOTAL		827	100%

Hasil analisis menunjukkan bahwa deiksis orang pertama jamak (kami, kita) merupakan bentuk yang paling dominan digunakan dengan persentase 33,97%. Hal ini menandakan bahwa teks berita cenderung menekankan narasi kolektif dan representasi kelompok. Selain itu, penggunaan deiksis orang ketiga tunggal (dia, ia) juga cukup tinggi, yakni 25,87%, yang memperlihatkan adanya fokus pada individu tertentu, terutama tokoh atau pihak yang diberitakan. Adapun orang pertama tunggal (saya, aku) dan orang ketiga jamak (mereka) relatif seimbang, masing-masing sebesar 19,71%.

Sebaliknya, penggunaan deiksis orang kedua, baik tunggal maupun jamak, sangat minim, yakni kurang dari 1%. Minimnya bentuk ini menunjukkan bahwa teks berita tidak ditujukan secara langsung kepada pembaca, melainkan disusun secara naratif dan informatif. Dengan demikian, pemberitaan lebih menekankan objektivitas dan penggambaran peristiwa melalui perspektif aktor sosial yang diberitakan daripada membangun interaksi personal dengan audiens.

Secara umum, pola ini memperlihatkan karakter bahasa media dalam memberitakan tuntutan 17+8 tahun 2025 yang bersifat impersonal dan berorientasi pada kelompok. Dominasi deiksis orang pertama jamak dan orang ketiga memperlihatkan bahwa media berusaha menggarisbawahi kebersamaan serta menonjolkan figur tertentu, sambil tetap menjaga jarak dari pembaca.

Fungsi deiksis persona dalam teks berita tuntutan 17+8 Tahun 2025

Berdasarkan hasil analisis terhadap teks berita demonstrasi tuntutan 17+8 tahun 2025, ditemukan 827 kemunculan pronomina persona yang terbagi ke dalam tiga kategori utama: deiksis orang pertama, kedua, dan ketiga. Analisis ini mengacu pada teori pragmatik Levinson (1983) yang menekankan bahwa bentuk deiksis berperan penting dalam mengungkapkan relasi sosial, posisi penutur, serta strategi kebahasaan yang merepresentasikan konstruksi makna dan kekuasaan dalam wacana.

a. Deiksis Orang Pertama

Deiksis orang pertama, terutama bentuk jamak “kami” dan “kita”, muncul paling dominan dengan frekuensi 33,97%. Tingginya penggunaan bentuk ini menunjukkan fungsi utama deiksis persona sebagai alat untuk menandai solidaritas dan kebersamaan kelompok. Dalam konteks teks berita tuntutan 17+8 tahun 2025, “kami” dan “kita” berperan sebagai representasi kolektif dari kelompok massa atau pihak yang menuntut, sekaligus membangun identitas bersama yang menegaskan posisi penutur dalam relasi sosial. Dominasi bentuk ini juga memperlihatkan bahwa media secara tidak langsung menegaskan keberadaan suara kolektif dan menampilkan perspektif massa sebagai agen yang memiliki kepentingan dan kesatuan sikap. Dalam kerangka pragmatik Levinson, fenomena ini menunjukkan fungsi kontekstual bahasa sebagai alat representasi identitas dan posisi sosial yang terikat pada situasi tutur.

b. Deiksis Orang Kedua

Penggunaan deiksis orang kedua ditemukan sangat minim, hanya sekitar 1% dari keseluruhan data. Kelangkaan bentuk seperti “kamu” atau “anda” menunjukkan bahwa media hampir tidak membangun relasi langsung dengan pembaca. Hal ini memperkuat sifat impersonal wacana berita, di mana media lebih berperan sebagai penyampai informasi daripada mitra percakapan. Berdasarkan perspektif pragmatik Levinson, minimnya penggunaan deiksis orang kedua menandakan adanya strategi kebahasaan untuk menjaga jarak sosial dan mempertahankan otoritas penutur (dalam hal ini media) terhadap pendengar atau pembaca. Strategi ini menciptakan relasi komunikasi satu arah yang menegaskan posisi media sebagai pihak yang berkuasa dalam menentukan makna dan arah informasi.

c. Deiksis Orang Ketiga

Deiksis orang ketiga, baik tunggal (“dia”, “ia”) maupun jamak (“mereka”), ditemukan dengan frekuensi yang cukup tinggi, yaitu masing-masing 25,87% dan 19,71%. Penggunaan bentuk ini berfungsi untuk menandai jarak referensial antara media dan pihak yang diberitakan. Melalui bentuk ini, media memosisikan subjek lain seperti pemerintah, tokoh masyarakat, atau kelompok tertentu sebagai objek pemberitaan. Dalam konteks pragmatik, hal ini menunjukkan bagaimana media membangun perspektif objektif dan menjaga posisi netralnya di hadapan publik. Akan tetapi, secara implisit strategi ini juga menegaskan kekuasaan media dalam menentukan siapa yang menjadi pusat perhatian wacana dan bagaimana pihak-pihak tersebut dikonstruksikan dalam narasi.

d. Pola Dominasi “Kami” dan “Mereka”

Temuan penting dari analisis ini adalah munculnya pola oposisi antara deiksis “kami” dan “mereka”. Dominasi bentuk “kami” menegaskan adanya solidaritas internal dalam kelompok massa yang menuntut, sedangkan “mereka” digunakan untuk merujuk pada pihak luar seperti pemerintah atau otoritas yang menjadi lawan dalam wacana tuntutan. Pola ini menunjukkan adanya dinamika ideologis dalam wacana media, di mana bahasa digunakan untuk menegaskan batas antara “kita” dan “mereka”, antara pihak yang diperjuangkan dan pihak yang dilawan. Menurut kerangka Levinson, pola oposisi ini mencerminkan fungsi pragmatik deiksis dalam menegosiasikan posisi sosial, kekuasaan, dan identitas kelompok di dalam teks.

Berdasarkan analisis terhadap 100 teks berita demonstrasi Tuntutan 17+8 Tahun 2025 menunjukkan bahwa deiksis orang pertama jamak (“kami”, “kita”) paling sering digunakan, dengan frekuensi 33,97%. Dominasi bentuk ini menunjukkan upaya media dalam menonjolkan solidaritas kelompok dan representasi kolektif massa aksi. Sebaliknya, deiksis orang kedua sangat jarang digunakan (<1%), yang menandakan posisi media sebagai pengamat yang menjaga jarak dengan pembaca. Adapun deiksis orang ketiga (“dia”, “ia”, “mereka”) digunakan untuk menciptakan batas naratif antara aktor sosial yang diberitakan dan audiens.

Pola dominasi antara “kami” dan “mereka” memperlihatkan strategi ideologis media dalam membingkai demonstrasi sebagai konflik antara dua pihak. Dalam kerangka teori Levinson, hal ini menunjukkan bahwa deiksis bukan hanya instrumen linguistik, tetapi juga sarana ideologis untuk menegosiasikan identitas dan kekuasaan dalam wacana publik. Kajian ini memperlihatkan relevansinya dengan tren linguistik digital dan pragmatik media, karena penggunaan kata ganti orang menjadi cerminan strategi komunikasi yang disesuaikan dengan kepentingan sosial-politik tertentu.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan kata ganti orang banyak digunakan pula teks berita tentang tuntutan 17+8 Tahun 2025. Penggunaan kata ganti orang diantaranya adalah orang pertama tunggal (saya, aku), orang pertama jamak (kami, kita), orang kedua tunggal (kamu, engkau, anda), orang kedua jamak (kalian), orang ketiga jamak (dia, ia), orang ketiga jamak (mereka). Frekuensi penggunaan kata ganti orang pada teks berita tuntutan 17+8 tahun 2025 paling banyak adalah kata ganti orang pertama jamak (kami, kita) dan frekuensi paling sedikit adalah kata ganti orang kedua tunggal (kamu, engkau, anda). Fungsi deiksis persona dalam teks berita tuntutan 17+8 tahun 2025 adalah sebagai ekspresi solidaritas, pembentukan jarak, dan konstruksi kekuasaan. Dalam pemberitaan demonstrasi Tuntutan 17+8 Tahun 2025, dominasi penggunaan kata ganti "kami" dan "kita" menandakan upaya media membangun narasi kebersamaan, sementara minimnya penggunaan "kamu" dan dominasi "mereka" memperlihatkan strategi jarak dan netralitas yang bersifat ideologis. Dari sisi praktis, penelitian ini memberi kontribusi terhadap literasi bahasa media, khususnya dalam membedah bagaimana bahasa digunakan sebagai alat kekuasaan dan pembentukan opini publik. Implikasi akademiknya juga signifikan bagi pengembangan kajian pragmatik media dan linguistik digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianti, N. (2015). Peran media massa nasional dalam politik internasional. *Informasi*, 45(1), 43-56.
- Ayudia, Alda Marsya, et al. (2021) "DEIKSIS DALAM FILM GURU-GURU GOKIL: ANALISIS PRAGMATIK." *LINGUISTIK* 20–34.
- Capah, S. (2024). Legalitas Aksi Unjuk Rasa/Demonstrasi. *Jurnal Al-Nadhair*, 3(01), 73-88.
- Dewi, Mutiara Indah Nirmala, and Eva Rostini. (2016) *Deixis Analysis in "the Jakarta Post" Articles*.
- Djajasudarma, Fatimah. 2009. *Semantik 2: Pemahaman Ilmu Makna*. Bandung: Refika Aditama.
- Fonna, P. R. (2021). Analisis penggunaan deiksis dalam CNN International News. Banda Aceh: Universitas Ar-Raniry.
- Hidajati, E., & Zanatia, D. A. (2023). *Deiksis persona dalam gelar wicara "Mata Najwa"*. *Bina Bahasa: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 16(2), 45–58.
- Kartikasari Putri Sulisty, and Sudaryanto. (2025). "Deiksis Persona Dalam Teks Pidato Jusuf Kalla." 66–78.
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.
- Mashruhah, R. (n.d.). *Analisis deiksis pada teks berita media daring TVONENEWS.com seputar hewan kurban*. Peneroka.
- Milagsita, A. (2025). Apa itu 17+8 tuntutan rakyat yang viral di medsos? Ini isi dan penjelasannya. DetikJateng.
- Nurfadillah. (2023). *Deixis Used in Selected Business News Article of CNN International News: A Pragmatic Analysis*.
- Purwo, Bambang Kaswanti. *Deiksis Dalam Bahasa Indonesia*. PT Balai Pustaka (Pusero).

- Rahmah, Nurul Mutia, et al. (2022) "Analisis Deiksis Dalam Berita Bencana Alam Pada Media Daring *Sindonews.com* edisi Januari-Maret 2022." 13845–13851.
- Syafitri, F. E., Charlina, C., & Sinaga, M. (2012). Penggunaan Deiksis dalam Berita Utama.
- Sulistyo, K. P., & Sudaryanto. (2025). *Deiksis persona dalam teks pidato Jusuf Kalla. Jurnal Kajian Bahasa*, 6(2), 66–78.