



## Ironi pada Debat Calon Presiden Indonesia Tahun 2024

*Nehemia Anugrah Parasian<sup>1</sup>, Erikson Saragih<sup>2</sup>, Mulyadi<sup>3</sup>, Namira Az-Zahra<sup>4</sup>*

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Magister Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara

Emali: [nehemiasimorangkir20@gmail.com](mailto:nehemiasimorangkir20@gmail.com)<sup>1</sup>, [eriksonsaragih@usu.ac.id](mailto:eriksonsaragih@usu.ac.id)<sup>2</sup>, [mulyadi@usu.ac.id](mailto:mulyadi@usu.ac.id)<sup>3</sup>, [namiraaazahraa23@gmail.com](mailto:namiraaazahraa23@gmail.com)<sup>4</sup>

### **Kata Kunci :**

Ironi, Debat Capres, Tindak Tutur

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk, tujuan, dan fungsi ironi yang muncul dalam debat calon presiden Indonesia tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan model analisis isi dan tematik. Data berupa tuturan para kandidat diambil dari rekaman video keseluruhan debat yang ditayangkan melalui kanal YouTube resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU). Hasil penelitian menunjukkan adanya 152 temuan ironi yang terbagi menjadi tiga bentuk: 63 ironi verbal, 38 ironi dramatis, dan 51 ironi situasional. Tujuan penggunaan ironi meliputi mengkritik lawan, membangun citra diri, menciptakan kedekatan dengan publik, menggiring opini sosial, serta menunjukkan inklusivitas. Adapun fungsi tindak tutur yang ditemukan meliputi representatif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif, dengan dominasi pada fungsi representatif. Temuan ini memperlihatkan bahwa ironi dalam debat capres berperan sebagai strategi retorik sekaligus instrumen politik yang efektif untuk memengaruhi opini publik dan memperkuat citra kandidat.*

## **PENDAHULUAN**

Era globalisasi dan pertukaran informasi yang semakin cepat, komunikasi politik memainkan peran yang semakin penting dalam membentuk opini publik, memperkuat identitas nasional, dan menjembatani hubungan antar negara (Hermawan, 2025; Mishra et al., 2025). Komunikasi politik berkaitan dengan diskursus politik atau penyampaian pesan politik, baik verbal maupun nonverbal, yang dapat mempengaruhi masyarakat dan pemerintah dalam sistem politik. Dengan kata lain, komunikasi politik adalah penyampaian pesan-pesan bermuatan politik dari sumber kepada penerima guna menciptakan pemahaman bersama tentang makna (Bärbieru, 2022; Basri & Efendi, 2021; Leong, 2015).

Di antara berbagai bentuk komunikasi politik, Kaid (2004) menyatakan bahwa debat politik menempati posisi strategis karena menyediakan interaksi verbal langsung yang mencerminkan strategi persuasi, ideologi, dan dinamika kekuasaan para aktor politik. Debat politik tidak hanya menjadi platform untuk menyajikan argumen rasional, tetapi juga arena bagi politisi untuk membangun citra mereka, mempertahankan martabat, dan memamerkan keterampilan retorika mereka di hadapan publik (Dalimunte & Wen, 2022; Turkenburg & Goovaerts, 2024). Putri (2023), yang penelitiannya membahas debat politik antara Donald Trump dan Bill Clinton dalam debat presiden, menganggapnya sebagai bentuk partisipasi demokratis dan komunikasi politik. Debat politik menyediakan informasi kepada publik agar mereka dapat membuat keputusan yang lebih rasional dalam pemilihan umum atau



This work is licensed under

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

sikap politik. Oleh karena itu, memahami bagaimana politisi menggunakan bahasa dalam konteks debat sangat penting, terutama dalam konteks lintas budaya yang semakin kompleks.

Debat politik antara calon presiden merupakan salah satu momen paling penting dalam proses demokrasi. Debat antara calon presiden merupakan salah satu acara politik yang diadakan selama pemilihan presiden di negara-negara demokratis. Dalam pemilihan modern, debat-debat ini telah menjadi bagian penting dari kampanye yang menarik perhatian publik dan mempengaruhi proses demokrasi (Keum & Cho, 2021). Surtikanti & Purnomo (2023) membahas genre debat calon presiden AS dan mengidentifikasi dua bagian dari genre tersebut: gerakan dan analisis strategis. Selain itu, Jamieson (2024) membahas argumen yang digunakan dalam debat presiden pada proses pemilihan umum serta reformasi dalam debat tersebut.

Debat tidak hanya menjadi forum untuk menyampaikan visi dan misi, tetapi juga sarana untuk membangun citra diri, secara halus melemahkan lawan, dan mempengaruhi persepsi publik. Dalam konteks ini, politisi tidak hanya berbicara; mereka memilih kata-kata dengan cermat, membangun argumen secara strategis, dan memanfaatkan konteks budaya sebagai landasan untuk berinteraksi dengan publik (Kraft & Klemmensen, 2024; Saud et al., 2023). Dalam debat politik, Amakali (2016) menyatakan bahwa tindakan bahasa dapat digunakan dalam berbagai strategi komunikasi yang bertujuan untuk meyakinkan, menyerang, membela, atau membangun hubungan dengan pemilih. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Shboul et al. (2024) tentang tindakan bahasa dalam pidato politik Biden, yang menyatakan bahwa tindakan bahasa dapat membentuk identitas pembicara sebagai otoritatif, emosional, persuasif, bertanggung jawab, dan mendukung, memungkinkan mereka untuk menyampaikan perspektif mereka secara efektif dan menarik. Namun, penggunaan tindakan bahasa tidak terjadi dalam vakum, tetapi sangat dipengaruhi oleh norma sosial dan nilai budaya setiap komunitas bahasa.

Secara umum, ironi dapat dipahami sebagai bentuk ujaran di mana makna yang dimaksudkan berlawanan atau bertentangan dengan makna literal yang diungkapkan (Cahyani et al., 2022; Zahara et al., 2020). Keraf (2009) mendefinisikan ironi sebagai gaya bahasa yang digunakan untuk menyindir, mengejek, atau menyampaikan kritik secara halus dengan cara mengemukakan pernyataan yang makna literalnya berbeda, bahkan bertentangan, dengan maksud yang ingin disampaikan. Dalam kajian pragmatik, ironi dipandang sebagai strategi komunikasi yang berfungsi menyamarkan maksud sebenarnya di balik ujaran, sehingga menuntut lawan tutur untuk melakukan interpretasi lebih jauh (Gibbs, 2000). Setiap ujaran yang dilontarkan seseorang tidak hanya memiliki makna semantik, tetapi juga mengandung fungsi pragmatis, yakni melakukan suatu tindakan melalui kata-kata (Searle, 1969). Dalam konteks debat calon presiden, tindak tutur menjadi elemen penting untuk memahami strategi komunikasi politik. Setiap calon presiden tidak hanya mengutarakan program atau visi, tetapi juga menggunakan bahasa untuk menyerang lawan, membangun citra diri, serta meyakinkan audiens.

Menurut Landy (1972) ironi dapat dibagi menjadi tiga, yaitu: (1) ironi verbal adalah bentuk ironi yang paling umum dan paling sering digunakan dalam komunikasi politik maupun percakapan sehari-hari. Ironi ini muncul ketika penutur mengucapkan sesuatu yang secara literal bermakna tertentu, tetapi maksud sebenarnya justru berlawanan. Contohnya, seorang calon presiden berkata, *"Program Anda sungguh luar biasa, sampai-sampai masyarakat belum merasakannya sampai sekarang."* Secara literal kalimat tersebut memuji, tetapi maksud sebenarnya adalah menyindir kegagalan program lawan; (2) ironi dramatis terjadi ketika audiens mengetahui sesuatu yang tidak diketahui oleh tokoh atau penutur dalam percakapan. Dengan kata lain, ada ketidakseimbangan pengetahuan antara pembicara, lawan bicara, dan pendengar. Ironi ini sering muncul dalam karya sastra atau teater, tetapi juga bisa muncul dalam komunikasi politik. Seorang kandidat dengan penuh keyakinan menyatakan bahwa kebijakan tertentu sangat berhasil meningkatkan kesejahteraan rakyat, padahal audiens sudah mengetahui dari pemberitaan bahwa kebijakan tersebut menuai banyak protes; dan (3) ironi situasional muncul ketika ada ketidaksesuaian antara apa yang diharapkan terjadi dengan kenyataan yang sesungguhnya. Ironi ini biasanya tidak muncul dari ucapan langsung, melainkan dari peristiwa atau situasi yang kontradiktif. Kandidat mengklaim bahwa pemerintahannya berhasil



*This work is licensed under*

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

menekan angka korupsi, namun dalam kenyataannya justru ada banyak pejabat dari lingkup partainya yang terjerat kasus korupsi. Ironinya tidak terletak pada ucapan, tetapi pada situasi yang kontradiktif antara klaim dan realitas.

Dalam konteks debat politik, ironi sering digunakan untuk memperlemah argumen lawan, mengejek kebijakan yang dianggap keliru, atau menampilkan diri sebagai lebih cerdas dan superior secara intelektual (Brock, 2018; Morales-López, 2021). Penggunaan ironi menciptakan efek retorik yang kuat karena menyelubungi serangan dalam bentuk ujaran yang tampak ringan, bahkan humoris. Hal ini menjadikan ironi sebagai alat komunikasi yang secara semantik menarik untuk dikaji karena melibatkan proses pemaknaan yang tidak langsung, ambigu, dan sangat bergantung pada konteks (Dyner, 2017). Setiap ujaran yang disampaikan oleh calon presiden sebagai tindakan yang memiliki fungsi tertentu, seperti menyatakan, mengkritik, mengarahkan, atau mengekspresikan sikap. Oleh sebab itu, analisis terhadap tujuan penggunaan ironi dalam debat calon presiden perlu memperhatikan bagaimana tindak tutur direalisasikan dan fungsi apa yang paling dominan (Sperber & Ward, 2008). Misalnya, ironi dapat sebagai asertif untuk menyatakan fakta dengan nada sindiran, ekspresif untuk mengekspresikan kritik atau ketidaksetujuan, atau direktif untuk mengarahkan lawan maupun publik.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Azka et al. (2022) yang membahas gaya bahasa ironi & sarkasme di kolom komentar media sosial (Instagram) Tempodotco dengan implikasi ke pembelajaran di SMA. Ditemukan banyak data ironi dan sarkasme, dengan fungsi tertentu; implikasi untuk bagaimana memanfaatkan fenomena tersebut di kelas bahasa Indonesia agar siswa bisa menghubungkan isu, sudut pandang, argument, simpulan dari debat untuk memahami esensi debat. Penelitian oleh Musdolifah et al. (2025) yang membahas majas sindiran dalam debat capres pertama 2024 di kanal YouTube. Sindiran digunakan dalam berbagai bentuk: untuk kritik lawan politik, menyampaikan pesan secara tidak langsung, atau untuk hiburan. Memberi pemahaman lebih untuk penggunaan gaya bahasa sindiran dalam komunikasi politik, dan implikasi terhadap opini publik. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah et al. (2025) yang membahas sarkasme dengan jenis-jenisnya dalam debat calon presiden 2024. Terdapat berbagai jenis sarkasme; persepsi publik terhadap penggunaan sarkasme cenderung skeptis; dianggap kurang penting oleh mayoritas penonton dan dapat merusak suasana diskusi yang konstruktif.

Meskipun telah banyak penelitian mengenai gaya bahasa sindiran, sarkasme, dan penggunaan ironi secara parsial dalam debat presiden, terdapat kekurangan kajian yang mendedikasikan analisis khusus terhadap ironi terhadap bentuknya, tujuan penggunaan, dan fungsi strategisnya. Selain itu, masih sedikit yang mengkaji persepsi publik terhadap ironi tersebut, termasuk efeknya terhadap kredibilitas calon dan preferensi pemilih. Variasi antar debat juga belum banyak dibandingkan untuk melihat bagaimana konteks debat mempengaruhi penggunaan ironi.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini memiliki signifikansi untuk mengisi kekosongan akademis dalam kajian politik komunikasi tentang ironis dalam debat politik. Analisis ironis ini dapat memperjelas bagaimana debat calon presiden membentuk persepsi publik terhadap kredibilitas dan integritas calon presiden. Hasil penelitian dapat dijadikan dasar rekomendasi bagi penyelenggara pemilu (KPU) dan lembaga terkait agar format debat menjadi lebih substantif, relevan dengan isu mendesak, dan mampu meminimalkan gap antara harapan publik dan praktik perdebatan. Selain itu, masyarakat dapat memahami pengaruh strategi bahasa retorik terhadap persepsi publik dan meningkatkan kualitas debat dan demokrasi.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk ironi, tujuan penggunaan ironi, dan fungsi ironi sebagai tindak tutur dalam debat calon presiden Indonesia tahun 2024. Melalui analisis terhadap data transkrip debat, penelitian ini akan mengeksplorasi bentuk-bentuk ironi yang muncul, mekanisme pembentukan maknanya, serta fungsi strategisnya dalam komunikasi politik. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap wawasan ironi pada debat yang memengaruhi persepsi dan pikiran pemilih; apakah ironis memicu sinisme, kepercayaan yang menurun, atau memang kecenderungan mencari alternatif informasi.



## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memahami secara mendalam fenomena kebahasaan yang muncul dalam debat calon presiden Indonesia tahun 2024. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini berfokus pada interpretasi bentuk ironi, tujuan penggunaan dan realisasi fungsi tindak tutur yang dipahami melalui analisis wacana.

Desain penelitian ini adalah analisis isi dan analisis tematik. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasi bentuk-bentuk ironi linguistik yang muncul dalam debat. Analisis ini membantu menemukan makna implisit dari ujaran yang secara literal berbeda dengan maksud sebenarnya. Sementara itu, analisis tematik digunakan untuk menemukan pola dan tema dalam penggunaan ironi, khususnya terkait dengan tujuan komunikatif dan fungsi tindak tutur. Dengan demikian, analisis ini berfokus pada bagaimana ironi direalisasikan sebagai strategi komunikasi politik.

Sumber data penelitian berupa rekaman video dan transkrip resmi debat calon presiden Indonesia tahun 2024 yang disiarkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) maupun media massa nasional. Debat calon presiden Indonesia dilaksanakan sebanyak tiga kali dengan tema yang berbeda. Debat pertama dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2023 dengan tema mengenai hukum, ham, pemerintahan, pemberantasan korupsi, dan penguatan demokrasi. Kemudian, debat kedua dilaksanakan pada 7 Januari 2024 dengan tema ekonomi (kerakyatan dan digital), kesejahteraan sosial, investasi, perdagangan, pajak (digital), keuangan, pengelolaan apbn dan infrastruktur. Terakhir, debat ketiga dilaksanakan pada 4 Februari 2024 dengan tema kesejahteraan sosial, kebudayaan, pendidikan, teknologi informasi, kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia dan inklusi. Pada debat calon presiden Indonesia tahun 2024 diikuti oleh tiga kandidat antara lain: Anies Rasyid Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Data dipilih dari keseluruhan rangkaian debat, kemudian dipilah untuk menemukan segmen yang mengandung indikasi penggunaan ironi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui langkah-langkah berikut: mengunduh dan menyalin transkrip dari rekaman debat calon presiden 2024, mengidentifikasi ujaran-ujaran yang mengandung potensi ironi dengan memperhatikan konteks percakapan, memberi kode pada data untuk memudahkan proses analisis, misalnya dengan kategorisasi berdasarkan bentuk ironi. Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya yaitu proses analisis data dengan beberapa tahap:

1. Reduksi data dilakukan dengan memilih ujaran yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu ujaran yang mengandung ironi.
2. Kategorisasi dengan mengklasifikasikan bentuk ironi berdasarkan ciri linguistik dan makna implisitnya.
3. Analisis isi dengan menginterpretasikan makna dari setiap ujaran ironis dengan merujuk pada teori pragmatik dan tindak tutur.
4. Analisis tematik dengan menemukan tema dan pola dalam penggunaan ironi, misalnya apakah lebih banyak digunakan untuk menyerang lawan, memperkuat argumen, atau menarik simpati publik.
5. Interpretasi dengan menyimpulkan fungsi tindak tutur dominan yang muncul dalam penggunaan ironi pada debat calon presiden.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber (Golafshani, 2015) dengan cara membandingkan data transkrip resmi dengan rekaman video asli, serta triangulasi teori dengan membandingkan hasil analisis menggunakan teori ironi linguistik dan teori tindak tutur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Bentuk Ironi Linguistik

Bagian ini menyajikan temuan utama dari analisis terhadap bentuk-bentuk ironi yang muncul



dalam debat calon presiden Indonesia tahun 2024. Analisis difokuskan pada tuturan-tuturan yang memuat unsur ironi. Penyajian hasil didukung oleh kutipan langsung dari transkrip debat dan interpretasi kritis terhadap makna yang tersirat. Berikut data hasil penelitian yang diperoleh.

**Tabel 1.** Klasifikasi Bentuk Ironi Linguistik

Bentuk Ironi	Jumlah	Persentase (%)
Ironi Verbal	63	41.44
Ironi Dramatis	38	25
Ironi Situasional	51	33.56
	<b>152</b>	<b>100</b>

Berdasarkan data yang diperoleh dari analisis debat calon presiden Indonesia tahun 2024, ditemukan total 152 kemunculan bentuk ironi, yang diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama: ironi verbal, ironi dramatis, dan ironi situasional. Ironi verbal merupakan bentuk ironi yang paling dominan digunakan dalam debat dengan jumlah 63 kemunculan. Ironi situasional muncul sebagai bentuk ironi kedua yang paling banyak ditemukan dengan jumlah 51 kemunculan; dan ironi dramatis menjadi bentuk yang paling sedikit muncul, namun tetap signifikan dengan jumlah 38 kemunculan.

#### a. Ironi Verbal

Ironi verbal umumnya digunakan untuk menyindir lawan debat, mengkritik secara halus, atau menegaskan posisi politik tertentu tanpa pernyataan langsung. Tingginya persentase ironi verbal menunjukkan bahwa komunikasi politik dalam debat ini sarat dengan strategi retorik yang bersifat implisit dan memerlukan penafsiran dari audiens. Berikut beberapa data ujaran ironi verbal dalam debat calon presiden tahun 2024.

(1) *“Inilah hukum, dalam kenyataannya dia bengkok, dia tajam ke bawah, dia tumpul ke atas.”*

Ujaran di atas disampaikan oleh Anies dengan memperlihatkan penggunaan metafora hukum “tajam ke bawah, tumpul ke atas” adalah ironi verbal. Hukum seharusnya adil dan tegak, tetapi realitas yang digambarkan justru kebalikannya.

(2) *“Ini akan mengatasi kurang gizi anak stunting. Ini akan menghilangkan kemiskinan ekstrim. Ini akan menyerap semua hasil panen para petani dan nelayan. Ini akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi kita.”*

Prabowo menggunakan pernyataan hiperbolik seolah-olah satu program (makanan bergizi dan pembangunan kesehatan) bisa sekaligus menyelesaikan semua masalah besar bangsa: stunting, kemiskinan, ekonomi, hingga pertanian. Secara literal pernyataan itu terdengar “solutif total”, tapi secara pragmatik justru menyiratkan ketidakmungkinan karena masalah bangsa kompleks dan tidak bisa selesai hanya dengan satu proyek.

(3) *“Sayangnya tidak semua orang tahan untuk berada menjadi oposisi. Seperti disampaikan Pak Prabowo, Pak Prabowo tidak tahan untuk menjadi oposisi.”*

Pernyataan Anies ini menyatakan sesuatu secara langsung, tapi maksudnya menyindir inkonsistensi posisi politik Prabowo yang seharusnya menjadi oposisi dalam pemerintahan Presiden Joko Widodo.

#### b. Ironi Dramatis

Ironi dramatis bisa muncul ketika seorang kandidat membuat klaim yang ternyata bertolak belakang dengan informasi yang diketahui publik atau terungkap belakangan. Meskipun jumlahnya lebih sedikit, kehadiran ironi dramatis menunjukkan keterlibatan aktif audiens dalam memaknai pernyataan secara kritis, dan menggarisbawahi kompleksitas komunikasi politik yang terbuka terhadap interpretasi multi-level. Berikut beberapa data ujaran ironi dramatis dalam debat calon presiden tahun 2024.



This work is licensed under

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

- (4) *“Indonesia masih aman. Indonesia masih damai. Indonesia masih terkendali. Harga-harga masih terkendali. Ekonomi untuk rakyat kita masih aman.”*

Ujaran yang disampaikan Prabowo bersifat dramatis karena publik menyadari fakta bahwa harga-harga di lapangan justru banyak dikeluhkan naik, dan ada ketidakpastian ekonomi global. Kontras antara klaim dan realitas inilah yang menciptakan efek ironi dramatis.

- (5) *“Komitmennya Pak Prabowo luar biasa. Tapi dalam konteks kekinian saya terpaksa ini, mohon maaf Pak ini, terpaksa sekali saya harus bertanya. Apa komentar Pak Prabowo terhadap putusan MK”*

Ujaran Ganjar termasuk ironi dramatis karena publik mengetahui isu putusan MK sangat sensitif dan erat kaitannya dengan keberlanjutan kontestasi politik, sedangkan Prabowo harus menjawab dengan hati-hati agar tidak menimbulkan kontradiksi dengan posisinya sendiri.

- (6) *“Bapak punya lahan lebih dari 340.000 hektar, tapi TNI dan prajurit kita lebih dari setengahnya tidak punya rumah dinas.”*

Publik sudah mengetahui isu lama ini, sehingga ucapan Anies ini menyoroti ketimpangan antara klaim Prabowo tentang kesejahteraan prajurit dengan kenyataan kepemilikan lahan besar ketika Prabowo masih menjabat sebagai Menteri Pertahanan.

### c. Ironi Situasional

Bentuk ini sering tercermin dalam kontradiksi antara pernyataan kandidat dengan fakta atau kondisi aktual yang dikenali oleh publik. Misalnya, ketika seorang kandidat mempromosikan kebijakan tertentu, namun rekam jejaknya menunjukkan hal yang bertentangan. Ini menunjukkan bahwa audiens atau bahkan lawan debat dapat menangkap ketidaksesuaian tersebut.

- (7) *“Rakyat tidak percaya kepada proses demokrasi yang sekarang terjadi...”*

Ujaran di atas termasuk ironi situasional sebab Anies sendiri adalah produk proses demokrasi (pernah menang pilgub), tetapi menyatakan ketidakpercayaan rakyat pada demokrasi yang sama. Kontras ini menghadirkan ironi situasional.

- (8) *“Maka pada saat itu ternyata ada juga keinginan dari masyarakat kami juga perlu mendapatkan layanan yang baik maka kalau kemudian kami bisa mendapatkan layanan baik maka kami merasa nyaman, kami senang dan hidup kami akan lebih panjang.”*

Ujaran di atas disampaikan oleh Ganjar. Kalimat tentang *“kami senang dan hidup kami akan lebih panjang”* menimbulkan kontras: secara ideal layanan kesehatan menjamin panjang umur, tetapi realitasnya angka harapan hidup masih rendah di banyak daerah.

- (9) *“kita akan membangun 300 fakultas kedokteran, kita juga akan mengirim 10 ribu anak-anak pintar dari SMA, lulusan SMA, kita akan beri beasiswa ke luar negeri untuk belajar kedokteran.”*

Ujaran yang disampaikan Prabowo dalam situasi nyata terdengar ironis, sebab Indonesia justru mengalami problem kelebihan sarjana menganggur di beberapa bidang, sementara infrastruktur dasar pendidikan di desa belum merata. Situasi ini melahirkan ironi: solusi besar justru berpotensi menimbulkan masalah baru.

## 2. Tujuan Penggunaan Ironi

Bagian ini menyajikan temuan terkait tujuan penggunaan ironi dalam debat calon presiden Indonesia tahun 2024. Analisis difokuskan pada bagaimana ironi digunakan sebagai strategi retorika untuk mencapai tujuan-tujuan komunikasi tertentu. Temuan disajikan berdasarkan kategori tujuan yang berhasil diidentifikasi, disertai ujaran-ujaran relevan yang menggambarkan konteks penggunaan dan implikasi komunikatifnya.

**Tabel 2.** Klasifikasi Tujuan Penggunaan Ironi

Tujuan Penggunaan Ironi	Jumlah	Persentase (%)
Delegitimasi lawan	58	38



This work is licensed under

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

Membangun citra diri	18	27
Membangun kedekatan emosional dengan publik	27	18
Menggiring opini tentang realitas sosial	41	12
Menampilkan inklusivitas	8	5
	<b>152</b>	<b>100</b>

Berdasarkan data yang diperoleh, tujuan paling dominan dari penggunaan ironi dalam debat adalah untuk mendelegitimasi lawan politik dengan jumlah 58 kemunculan. Tujuan ini dominan karena debat merupakan arena kontestasi. Ironi digunakan untuk menyindir kebijakan, sikap, atau inkonsistensi lawan. Selanjutnya, menggiring opini tentang realitas sosial menjadi tujuan untuk membentuk persepsi publik tentang kondisi sosial, ekonomi, atau politik tertentu dengan 41 kemunculan.

Sebagian kandidat menggunakan ironi untuk menciptakan kedekatan emosional dengan publik dengan 27 kemunculan, terutama dengan mengekspresikan kritik terhadap kondisi sosial. Tujuan selanjutnya yaitu membangun citra diri sosial dengan 18 kemunculan, yang juga banyak dimanfaatkan untuk menunjukkan kecerdasan, kepekaan sosial, atau keunggulan moral kandidat dibandingkan lawan. Kategori terakhir yaitu menampilkan inklusivitas dengan 8 kemunculan, menunjukkan bahwa meskipun relatif kecil, ironi juga digunakan untuk menyampaikan pesan inklusivitas, misalnya dengan menyindir kebijakan eksklusif atau sikap diskriminatif pihak lain.

#### **a. Delegitimasi Lawan Politik**

Tujuan ironi yang digunakan dalam konteks ini umumnya bersifat sindiran halus atau kritik terselubung yang ditujukan untuk meragukan kredibilitas, integritas, atau konsistensi lawan tanpa menyampaikan serangan secara langsung. Strategi ini tampaknya efektif digunakan dalam ruang debat yang terbuka dan disaksikan publik, karena memungkinkan kandidat untuk melemahkan posisi lawan.

(10) *“Kalau ngasih makanan kepada anak-anak untuk mencegah stunting, saya sama sekali tidak setuju Bapak. Karena Bapak terlambat. Stunting itu ditangani sejak bayi dalam kandungan...”*

Ganjar menanggapi Prabowo tentang program makan bergizi. Ujaran ini menggemakan gagasan Prabowo lalu menunjukkan sikap negatif, seolah program Prabowo tidak relevan dengan realitas medis. Tujuannya memperlihatkan *kelemahan substansial lawan* di hadapan publik.

(11) *“Pertanyaannya kemudian apakah yang sekarang kurang dari pemerintah hari ini akan dilanjutkan? Asumsi saya tidak, yang kurang tentu tidak dilanjutkan.”*

Anies menanggapi Prabowo tentang tema keberlanjutan program yang telah ada pada pemerintahan sebelumnya. Anies menggemakan slogan “keberlanjutan” lalu menyisipkan kritik ironis. Tujuannya melemahkan daya jual slogan tersebut dengan logika sederhana.

#### **b. Membangun Citra Diri**

(12) *“Saya akan jadi presiden untuk seluruh rakyat Indonesia, termasuk yang tidak memilih saya, dan termasuk yang tidak percaya sama saya.”*

Prabowo menggemakan kembali persepsi publik bahwa ada banyak orang yang tidak mendukung atau bahkan meragukannya. Prabowo menyoroti kenyataan pahit bahwa ada pihak yang tidak percaya kepadanya, tetapi juga untuk menunjukkan sikap besar hati, bahwa ia tetap akan memimpin untuk semua orang.

(13) *“Saya pernah memimpin Jawa Tengah, dan saya tahu rasanya mendengarkan rakyat kecil mengeluh.”*

Ujaran yang disampaikan Ganjar menampilkan dirinya sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat kecil, Selain itu, menunjukkan kapasitas kepemimpinan konkret melalui pengalaman di Jawa



This work is licensed under

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

Tengah. Terdapat kontras politis bahwa tidak semua pemimpin mau mendengarkan keluhan rakyat; ia membedakan dirinya dari lawan politiknya.

### **c. Membangun Kedekatan Emosional dengan Publik**

(14) *“Orang tua yang di malam hari melihat anaknya tidur dalam kondisi miskin, dia melihat sambil membayangkan, akankah anak saya tetap miskin seperti ini kelak?”*

Ujaran ini menampilkan empati langsung terhadap rakyat miskin, seolah Anies ikut merasakan keresahan batin mereka. Selain itu, menghadirkan narasi emosional yang dapat dengan mudah menyentuh audiens, terutama kalangan bawah.

(15) *“Rakyat kita sudah lelah, harga mahal, pekerjaan sulit, tapi katanya ekonomi tumbuh.”*

Dengan menyoroti kesulitan sehari-hari rakyat, Ganjar berusaha menampilkan dirinya sebagai pemimpin yang *mengerti penderitaan nyata*, bukan sekadar angka statistik. Sindiran terhadap pemerintah/lawan bahwa klaim pertumbuhan ekonomi tidak relevan dengan kondisi rakyat. Dengan tujuan ironi ini, ia menegaskan dirinya sebagai suara alternatif yang lebih berpihak pada kenyataan rakyat kecil.

### **d. Menggiring Opini tentang Realitas Sosial**

(16) *“Musuh kita bukan bangsa lain, musuh kita adalah kemiskinan, musuh kita adalah kelaparan.”*

Prabowo menggemakan narasi lama bahwa Indonesia memiliki musuh eksternal yaitu masalah sosial-ekonomi. Ujaran ini mengarahkan persepsi publik bahwa fokus pembangunan tidak lagi pada konfrontasi dengan pihak luar, melainkan pada pertempuran melawan kemiskinan dan kelaparan.

(17) *“Bagaimana bisa kita bicara modernisasi kalau jalan di desa-desa saja masih rusak?”*

Ganjar menggemakan slogan atau klaim pembangunan tentang “modernisasi” yang sering diucapkan pemerintah. Ujaran ini menarik perhatian publik bahwa pembangunan seharusnya dimulai dari hal-hal mendasar, bukan hanya jargon besar. Hal ini menyasar kepada lawan politik yang mungkin lebih banyak berbicara tentang visi besar, tetapi melupakan kebutuhan dasar masyarakat desa.

### **e. Menampilkan Inklusivitas**

(18) *“Saya tetap menganggap Mas Anies, Mas Muhaimin, Pak Ganjar, Profesor Mahfud adalah saudara-saudara saya sendiri.”*

Prabowo menggemakan nilai-nilai luhur seperti persaudaraan, kekeluargaan, dan kerukunan yang sering dijadikan jargon politik. Dengan menyebut lawan debat sebagai “saudara”, ia sekaligus menyindir kerasnya dinamika politik yang seharusnya tidak membuat retak persaudaraan. Ujaran ini dirancang untuk memperlihatkan bahwa ia bukan pemimpin yang eksklusif hanya bagi pendukungnya, melainkan menganggap semua pihak sebagai bagian dari keluarga besar bangsa.

(19) *“Setara bagi siapa? Laki-laki perempuan, kaya miskin, kota desa, agama apapun, suku apapun.”*

Anies menggemakan idealisme dan jargon kesetaraan yang sering terdengar dalam wacana politik dan kebijakan publik. Dengan mengulang kategori sosial (gender, kelas, wilayah, agama, suku), ia menyindir bahwa meskipun kesetaraan kerap didengungkan, faktanya diskriminasi dan ketimpangan masih berlangsung. Jadi, pesan sebenarnya adalah: “Kita berbicara kesetaraan, tapi kesenjangan nyata masih menghantui.” Ujaran ini secara eksplisit menekankan kesetaraan bagi semua golongan tanpa kecuali.



This work is licensed under

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

### 3. Fungsi Ironi sebagai Tindak Tutur

Bagian ini menyajikan data berupa fungsi ironi sebagai tindak tutur yang digunakan dalam debat calon presiden Indonesia tahun 2024. Fungsi tindak tutur ini dikategorikan menjadi lima, antara lain yaitu: asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Perhatikan tabel di bawah ini.

**Tabel 3.** Klasifikasi Fungsi Ironi sebagai Tindak Tutur

<b>Fungsi Tindak Tutur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Asertif	54	35.5
Direktif	41	27
Komisif	22	14.5
Ekspresif	25	16.5
Deklaratif	10	6.5
	<b>152</b>	<b>100</b>

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa fungsi asertif mendominasi dengan jumlah 54 kemunculan. Hal ini menunjukkan bahwa ironi paling banyak digunakan untuk mengkritik kondisi sosial-politik. Fungsi direktif dengan 41 kemunculan menempati urutan kedua, yang memperlihatkan peran ironi dalam menggiring opini publik. Selanjutnya, fungsi ekspresif digunakan untuk membangun empati dengan rakyat; bersamaan dengan fungsi komisif yang digunakan dalam bentuk janji politik dengan nuansa sindiran, serta yang terakhir fungsi deklaratif yang berfungsi penting untuk mengubah persepsi atau menegaskan nilai.

#### a. Fungsi Asertif

Fungsi asertif muncul ketika kandidat menyampaikan ironi untuk menyatakan fakta, keyakinan, atau penilaian tentang kondisi sosial-politik dengan nada sindiran.

(20) *“Dan Presiden Joko Widodo adalah Presiden di Republik Indonesia yang paling banyak ke Papua. Kalau tidak salah sampai hari ini beliau sudah lebih dari 19 kali ke Papua.”*

Ujaran ini menyatakan fakta (atau klaim fakta) tentang frekuensi kunjungan Presiden Jokowi ke Papua. Fungsi asertifnya adalah memberi informasi sekaligus menekankan komitmen pembangunan Papua.

#### b. Fungsi Direktif

Ironi digunakan untuk mendorong atau memengaruhi lawan bicara maupun publik agar mengambil tindakan tertentu.

(21) *“Pertanyaan saya simpel saja. Apakah Bapak setuju dengan model dialog yang saya tawarkan itu?”*

Ujaran ini berupa pertanyaan yang mengarahkan Prabowo untuk memberikan jawaban sikap terhadap gagasan dialog. Fungsi direktifnya adalah menggiring mitra tutur untuk menyetujui/menolak.

#### c. Fungsi Komisif

Ironi juga berfungsi sebagai tindak tutur komisif, yaitu menyatakan komitmen atau janji dengan nuansa sindiran terhadap kondisi sebelumnya.

(22) *“Jadi yang saya katakan saya akan lanjutkan, kita harus membawa kemajuan ekonomi, sosial, services yang terbaik untuk rakyat Papua.”*

Kalimat “saya akan lanjutkan” merupakan janji politik (komisif) bahwa Prabowo berkomitmen melanjutkan program pembangunan di Papua.

#### d. Fungsi Ekspresif

Ironi digunakan sebagai fungsi ekspresif untuk menyatakan sikap psikologis pembicara (rasa setuju, kritik, simpati, syukur).



This work is licensed under

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

(23) *“Benar, saya sangat setuju. Kita harus ada pendekatan dialog. Benar, ya. Dan saya juga setuju.”*

Ujaran ini menunjukkan sikap persetujuan dan afeksi dari Prabowo terhadap gagasan lawan debat. Fungsi ekspresifnya adalah mengungkapkan perasaan setuju.

#### e. Fungsi Deklaratif

Ironi digunakan sebagai fungsi deklaratif dengan ujaran yang secara langsung mengubah status atau realitas sosial melalui kata-kata.

(24) *“Dan kalau boleh saya laporkan, dalam sejarah Gubernur Jakarta, yang paling banyak memberikan izin rumah ibadah adalah Gubernur Anies Baswedan.”*

Ujaran ini menegaskan status Anies sebagai otoritas yang memberi izin rumah ibadah. Dengan mengucapkan itu, ia memosisikan dirinya sebagai pihak yang mengesahkan perubahan status hukum rumah ibadah.

#### Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ironi dalam debat calon presiden 2024 kemunculannya mencapai 152 kali, terdiri dari 63 ironi verbal, 38 ironi dramatis, dan 51 ironi situasional. Dominasi ironi verbal memperlihatkan kecenderungan para kandidat untuk menggunakan permainan makna sebagai alat retorika. Ironi verbal memungkinkan mereka mengonstruksi pesan yang bernuansa ganda, di satu sisi tampak objektif dan sopan, namun di sisi lain sarat dengan kritik tajam terhadap lawan atau kondisi pemerintahan. Hal ini sejalan dengan pandangan pragmatik bahwa tuturan politis sering kali bersifat strategis dan berorientasi pada pengelolaan kesan (*impression management*). Dengan demikian, ironi verbal menjadi sarana untuk memperkuat posisi kandidat sebagai sosok cerdas, kritis, dan berani, tanpa harus melanggar norma kesantunan debat.

Sementara itu, keberadaan ironi dramatis dan ironi situasional menunjukkan bahwa unsur ironi muncul pada tataran bahasa dan pada konteks serta situasi komunikasi. Ironi dramatis tampak ketika pernyataan seorang kandidat memiliki makna berbeda bagi audiens yang sudah memahami konteks sebenarnya. Hal ini menciptakan lapisan makna tambahan yang memperkaya dinamika debat. Ironi situasional, di sisi lain, muncul dari ketidaksesuaian antara ucapan kandidat dengan realitas faktual, misalnya ketika seorang kandidat mengklaim keberhasilan, namun data publik menunjukkan sebaliknya. Kedua bentuk ini menegaskan bahwa ironi dalam debat bukan hanya strategi linguistik, melainkan juga bagian dari *framing* politik untuk membangun citra dan narasi tertentu.

Dari sisi fungsi tindak tutur berdasarkan teori Searle, ironi dalam debat capres ini tersebar dalam lima kategori, yakni asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Fungsi asertif paling dominan karena memperkuat pandangan bahwa ironi digunakan sebagai alat penyampai kritik, evaluasi, dan klaim kebenaran. Fungsi asertif memperjelas kandidat untuk mengekspresikan posisi ideologis dan menegaskan pandangannya terhadap kondisi sosial-politik dengan cara yang implisit namun tajam. Misalnya, tuturan seperti *“Rakyat kita sudah lelah, harga mahal, pekerjaan sulit, tapi katanya ekonomi tumbuh”* sebagai penyampaian fakta dan menyiratkan ketidakpercayaan serta sindiran terhadap klaim keberhasilan pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa ironi berfungsi sebagai perangkat argumentatif yang memperkuat daya persuasi tuturan politik.

Fungsi direktif dan ekspresif juga muncul dalam jumlah yang signifikan. Melalui direktif, kandidat secara halus mengarahkan audiens untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan pandangannya, sementara ekspresif mencerminkan sikap emosional seperti kekecewaan, sinisme, atau harapan. Kombinasi antara fungsi-fungsi ini menunjukkan bahwa ironi dalam debat bersifat kognitif dan emosional untuk membangun kedekatan dan resonansi dengan publik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa ironi berperan ganda dalam wacana politik yaitu sebagai alat persuasi dan mekanisme perlindungan diri. Di satu sisi, ironi digunakan untuk menyerang lawan dengan cara yang cerdas dan berlapis makna; di sisi lain, digunakan untuk melindungi pembicara dari risiko serangan balik langsung karena pesan yang



This work is licensed under

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

disampaikan bersifat implisit. Dengan demikian, ironi dapat dipahami sebagai strategi diskursif yang memadukan kecerdasan retorik, kesantunan politik, dan efektivitas komunikasi publik

Temuan ini memiliki kesesuaian dengan penelitian Azka et al. (2022) yang menemukan dominasi gaya bahasa ironi dan sarkasme di media sosial sebagai sarana sindiran. Perbedaannya, pada konteks debat capres, ironi lebih strategis karena digunakan secara sadar untuk kepentingan pencitraan politik, bukan sekadar ekspresi spontan seperti pada komentar Instagram.

Penelitian Musdolifah et al. (2025) yang mengkaji majas sindiran pada debat capres pertama tahun 2024 juga menemukan bahwa ironi digunakan sebagai instrumen untuk menyerang lawan secara tidak langsung. Namun penelitian ini belum mengaitkan secara detail dengan fungsi tindak tutur, sementara penelitian ini memperlihatkan bahwa sindiran tersebut dapat diklasifikasikan sebagai representatif, direktif, ekspresif, komisif, atau deklaratif. Hasil ini juga sejalan dengan Firmansyah et al. (2024) yang menekankan peran sarkasme dalam menggiring opini publik selama debat capres. Namun, penelitian ini memperluas dengan menunjukkan bahwa ironi tidak semata-mata sarkastik, melainkan memiliki fungsi beragam, termasuk menampilkan inklusivitas dan menyampaikan komitmen politik.

Jika dibandingkan dengan penelitian Al-Shboul (2024) mengenai tindak tutur motivasional dalam pidato Joe Biden, terdapat kesamaan dalam penggunaan ironi sebagai perangkat retorika politik. Namun, pada konteks Indonesia, ironi lebih kuat digunakan dalam debat untuk menyudutkan lawan dan menggiring opini sosial, sedangkan pada pidato Biden, tindak tutur lebih difokuskan pada memotivasi audiens dan menggerakkan dukungan politik.

Penggunaan ironi dalam debat capres memiliki signifikansi besar terhadap dinamika komunikasi politik. Ironi bukan sekadar gaya bahasa, tetapi juga strategi komunikasi yang membantu kandidat menegaskan identitas politik, membangun kedekatan emosional dengan pemilih, dan menciptakan citra sebagai pemimpin yang kritis sekaligus inklusif. Implikasi praktisnya, pemilih harus kritis dalam menafsirkan ujaran ironis, karena di balik bahasa yang seolah ringan atau lucu, terdapat pesan politik yang tajam dan berpotensi memengaruhi opini publik. Penelitian ini juga mengingatkan bahwa retorika politik tidak selalu bersifat denotatif, tetapi sarat dengan makna konotatif dan strategi persuasi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menganalisis ironi dalam debat calon presiden Indonesia tahun 2024 dengan menggunakan kerangka teori Landy mengenai bentuk ironi, *relevance theory* dari Sperber & Wilson tentang tujuan penggunaan ironi, serta teori tindak tutur Searle mengenai fungsi ujaran. Dari hasil analisis diperoleh beberapa poin penting, yaitu: bentuk ironi yang ditemukan sebanyak 152 kemunculan ironi, dengan 63 ironi verbal, 38 ironi dramatis, dan 51 ironi situasional. Dominasi ironi verbal menunjukkan bahwa kandidat lebih banyak menggunakan sindiran terselubung untuk menyampaikan pesan politiknya.

Tujuan penggunaan ironi dalam debat capres berfungsi untuk: (a) mengkritik lawan politik, (b) membangun citra diri, (c) menciptakan kedekatan emosional dengan publik, (d) menggiring opini sosial, dan (e) menampilkan inklusivitas. Sementara itu, analisis terhadap fungsi menunjukkan bahwa ironi dalam debat capres dapat berfungsi sebagai representatif (paling dominan), direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Fungsi representatif mendominasi karena kandidat cenderung menyampaikan klaim, kritik, dan evaluasi terhadap kondisi sosial-politik Indonesia melalui ironi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ironi merupakan strategi komunikasi politik yang efektif dalam konteks debat calon presiden. Ironi menjadi instrumen untuk memengaruhi opini publik, memperkuat citra diri kandidat, dan menjaga posisi tawar dalam interaksi politik. Diharapkan perlu dilakukan kajian yang lebih luas dengan mencakup keseluruhan rangkaian debat calon presiden Indonesia tahun 2024, atau bahkan membandingkan dengan debat politik di negara lain. Analisis multimodal juga dapat memperkaya pemahaman fungsi ironi.



## REFERENSI

- Al-Shboul, O. K., Al-Khawaldeh, N. N., Hamdan, H. J., & Alqbailat, N. (2024). Macro and Micro Analysis of Motivational Speech Acts in Biden's Political Speech. *International Journal of Society, Culture and Language*, 12(1). <https://doi.org/10.22034/ijscsl.2024.2016326.3273>
- Amakali, J. M. L. (2016). Persuasive speech acts in the Namibian National Assembly. *Journal Of Advances In Linguistics*, 7(2). <https://doi.org/10.24297/jal.v7i2.5156>
- Azka, M. A. K., Eko Purwanto, B., & Triana, L. (2022). Gaya Bahasa Ironi Dan Sarkasme Dalam Kolom Komentar Akun Instagram Tempodotco Dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia Di SMA. *ALINEA: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 2(2). <https://doi.org/10.58218/alinea.v2i2.211>
- Bărbieru, M. (2022). Adapting Political Communication to Technology. Case Study: Evolutionary Aspects on Social Networks in Romania. *Swedish Journal of Romanian Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.35824/sjrs.v5i2.23777>
- Basri, H., & Efendi, M. (2021). Ethics Political Communication Using Gayo Cultural System Approach (edet gayo). *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 6(2). <https://doi.org/10.15294/ipsr.v6i1.29510>
- Brock, M. (2018). Political satire and its disruptive potential: irony and cynicism in Russia and the US. *Culture, Theory and Critique*, 59(3). <https://doi.org/10.1080/14735784.2018.1496843>
- Cahyani, K. P., Ariansyah, Y. T., & Abimubarak, A. (2022). Gaya Bahasa Ironi Stand Up Comedy Mamat Al Katiri dalam Konten Youtube Somasi. *REFEREN*, 1(2). <https://doi.org/10.22236/referen.v1i2.10246>
- Dalimunte, A., & Wen, F. (2022). Shaping Political Image Through Politeness Strategies in the Presidential Debates. *JEEES (Journal of English Educators Society)*, 7(1). <https://doi.org/10.21070/jees.v7i1.1660>
- Dynel, M. (2017). The Irony of Irony: Irony Based on Truthfulness. *Corpus Pragmatics*, 1(1). <https://doi.org/10.1007/s41701-016-0003-6>
- Firmansyah, A., Raihani, S. F., Rijkiansyah, A. A. F., Mulyani, H., Imeldasari, I., Vatahayatia, N. A., Mulyani, S., & Malik, M. (2025). Gaya Bahasa Sarkasme dalam Debat Capres 2024. *Bahasa: Jurnal Keilmuan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(2), 127–135. <https://doi.org/10.26499/bahasa.v6i2.967>
- Gibbs, R. (2000). Irony in Talk Among Friends. *Metaphor and Symbol*, 15(1). [https://doi.org/10.1207/s15327868ms151&2\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327868ms151&2_2)
- Golafshani, N. (2015). Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research. *The Qualitative Report*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2003.1870>
- Hermawan, V. (2025). Political Communication in the Digital Era: The Role of Social Media in Shaping Public Opinion in the 2024 Election. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia (JIM-ID)*, 4(05), 160–169. <https://doi.org/10.58471/esaprom.v4i05>
- Wilson, D., & Sperber, D. (2008). Relevance Theory. In L. R. Horn & G. Ward (eds.), *The Handbook of Pragmatics*. Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9780470756959>
- Jamieson, K. H. (2024). The Case for General Election Presidential Debates and Debate Reform. *Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 39(4). <https://doi.org/10.1080/23736992.2024.2316028>
- Kaid, L. L. (2004). Handbook of Political Communication Research. In Lawrence Elrbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781410610584>
- Keraf, G. (2009). *Diksi dan Gaya Bahasa*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keum, H., & Cho, J. (2021). Presidential debates and voter decision making. *Social Science Journal*. <https://doi.org/10.1080/03623319.2021.1925053>
- Kraft, P. W., & Klemmensen, R. (2024). Lexical Ambiguity in Political Rhetoric: Why Morality



This work is licensed under

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

- Doesn't Fit in a Bag of Words. *British Journal of Political Science*, 54(1).  
<https://doi.org/10.1017/S000712342300008X>
- Landy, J.A. (1972). *A Study of The Short Story*. Manila: Jesuit Adecational.
- Leong, P. (2015). Political Communication in Malaysia: A Study on the Use of New Media in Politics. *EJournal of EDemocracy and Open Government*, 7(1). <https://doi.org/10.29379/jedem.v7i1.372>
- Mishra, P., Mirza, A., & Trivedi, P. K. (2025). *Changing Landscape Of Political Communication In The Age Of Social Media : A Review Article*. 11(12), 1743–1758.
- Morales-López, E. (2021). Form-function dialectics in the analysis of irony in political discourse. *Revista Española de Lingüística Aplicada/Spanish Journal of Applied Linguistics*, 34(2).  
<https://doi.org/10.1075/resla.19015.mor>
- Musdolifah, A., Febriyani, A., Enggar, C. I., Anggraeni, C. S., & Selviana, D. N. D. (2025). Analisis Majas Sindiran pada Debat Calon Presiden Pertama Tahun 2024 dalam Kanal Youtube. *Jurnal Bastra*, 10(3), 965–975. <https://bastra.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/1183>
- Putri, A. P. D. (2023). Politeness Strategies Used in the First Trump-Clinton Presidential Debate. *International Journal of Language and Literature*, 6(1), 35–43.  
<https://doi.org/10.23887/ijll.v6i1.46491>
- Saud, M., Ida, R., Mashud, M., Yousaf, F. N., & Ashfaq, A. (2023). Cultural dynamics of digital space: Democracy, civic engagement and youth participation in virtual spheres. *International Journal of Intercultural Relations*, 97. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2023.101904>
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.2307/2218090>
- Surtikanti, M. W., & Purnomo, K. A. (2023). Uncovering Usa Presidential Debate Genre. *Language Literacy: Journal of Linguistics, Literature, and Language Teaching*, 7(2).  
<https://doi.org/10.30743/ll.v7i2.8238>
- Turkenburg, E., & Goovaerts, I. (2024). Food for Thought: A Longitudinal Investigation of Reflection-Promoting Speech in Televised Election Debates (1985–2019). *Political Studies*, 72(1). <https://doi.org/10.1177/00323217221090102>
- Zahara, E., Yakob, M., & Hidayat, M. T. (2020). Analisis Majas Ironi pada Surat Kabar Prohaba. *Jurnal Samudra Bahasa*, 4(1).