



## Perbandingan Eufemisme Dan Disfemisme Dalam Berita Olahraga Di Media Youtube Metro Tv Dan CNN Indonesia Sebagai Bahan Ajar Teks Narasi Tingkat SMP Kelas IX

Nuraini Wijayanti<sup>1</sup>, Dewi Herlina Sugiarti<sup>2</sup>, Ferina Meliasanti<sup>3</sup>

Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Singaperbangsa Karawang

### Abstract

Received: 03 Januari 2024

Revised: 10 Januari 2024

Accepted: 17 Januari 2024

*This research is motivated by a lack of understanding of polite language style or what is called euphemism and impolite language called dysphemism in online media that can be accessed by many audiences, both parents and children who are still underage. Therefore, this study aims to make a comparison regarding the use of euphemisms and dysphemism on social media such as on YouTube, especially on YouTube METRO TV and CNN Indonesia by looking at the speeches that discuss the 2022 AFF Cup expressed by hosts and guest stars. By using the theory from Allan Keith & Burrige (in Saifullah, 2018: 78-82), namely on the types of euphemisms and dysphemisms, there are 12 types consisting of: new modelling, phonetic similarities, acronyms, abbreviations, word games, circumlocutions, hyperboles, hidden statements, substitutions, synecdoche, and loanwords.*

*The results of the study show that not all types of euphemisms and dysphemism exist on METRO TV and CNN Indonesia's YouTube media, so METRO TV's YouTube uses more types of euphemisms, namely there are 11 types of euphemisms and dysphemisms that are found to have new models, phonetic similarities, acronyms, abbreviations, puns, circumlocutions, hyperbole, hidden statements, metonymy, substitution, synecdoche, and loanwords. Compared to CNN Indonesia, only 9 types of euphemism and dysphemism were found, namely new modeling, phonetic similarity, abbreviation, circumlocution, hyperbole, hidden statement, substitution, and synecdoche. In addition, METRO TV uses more dysphemism than CNN Indonesia. This research can be used as teaching materials at the junior high school level, class IX.*

**Keywords:** Euphemism, Dysphemism, and Types of Euphemism and Dysphemism

(\*) Corresponding Author: [dewi.herlina@fkip.unsika.ac.id](mailto:dewi.herlina@fkip.unsika.ac.id)

**How to Cite:** Wijayanti, N., Sugiarti, D. H., & Meliasanti, F. (2024). Perbandingan Eufemisme Dan Disfemisme Dalam Berita Olahraga Di Media Youtube Metro Tv Dan CNN Indonesia Sebagai Bahan Ajar Teks Narasi Tingkat SMP Kelas IX. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10642645>

## PENDAHULUAN

Media daring dalam memuat berita yang akan disampaikan kepada khalayak, tentunya harus sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik, sehingga media daring pada saat ini banyak mengandung hal-hal yang membuat masyarakat salah paham, contohnya dapat memprovokasi pendengar dalam melihat dari beberapa sumber berita yang disampaikan seperti pada kanal youtube, sehingga dapat hilangnya komunikasi pada pemberitaan yang disampaikan kepada masyarakat. Pemilihan kata, frasa, dan kalimat pada media daring youtube tentunya perlu diperhatikan, agar video tersebut dapat membuat masyarakat tertarik untuk melihat dari media yang disampainya. Dari video yang setiap kalinya diupload dalam media daring youtube tentunya memiliki makna tersendiri dari masing-masing videonya.

Terdapat denotasi makna yang wajar, makna yang sudah sebagai adanya dan tidak dibuat-buat. Serta dari konotasi juga memiliki makna yang bisa

menggambarkan mengenai perasaan, emosi, dan dapat menilai hal-hal tertentu. Sehingga makna tersebut terdapat makna yang positif dan makna negatif. Karena hal tersebut terdapat kata-kata yang mengandung penghalusan makna maka makna tersebut yaitu penggunaan eufemisme, sedangkan kata-kata yang mengandung kata-kata kasar dan maknanya dapat membuat orang lain tersinggung maka makna tersebut adalah disfemisme.

Untuk menyampaikan sebuah informasi khususnya pada media daring youtube yang merupakan sebuah situs web dengan membagikan sebuah video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan dari *PlayPal* pada Februari 2005. Media daring youtube ini dapat diakses dengan dimuai dari sebuah video, klik film, klik TV, dan video musik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan youtube sebagai media daring yang akan diteliti khususnya pada kanal youtube olahraga dengan dilihat dari tipe penggunaan eufemisme dan disfemisme yang digunakan oleh komentator khususnya pada komentator sepak bola. Pada penggunaan eufemisme dan disfemisme yang ada pada media daring youtube terdapat beberapa tipe yang perlu diperhatikan yakni permodelan baru, kemiripan fonetik akronim, abreviasi, permainan kata, sirkumlokusi, hiperbola, pernyataan tersembunyi, metonimi, substansi, sinokdoke, dan kata pinjaman. Hal tersebut untuk mengetahui dalam penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam berita olahraga di media daring youtube METRO TV dan CNN Indonesia.

Pada penggunaan eufemisme dan disfemisme memiliki efek yang bertujuan untuk dapat mempengaruhi secara langsung pada keadaan psikologis dari pembaca maupun pendengarnya. Sejalan yang diungkapkan oleh Chaer (2008:87-88) eufemisme adalah upaya untuk dapat menampilkan suatu bentuk kata yang dianggap memiliki makna yang lebih halus atau terbaca lebih sopan oleh para pembacanya. Sementara itu disfemisme adalah usaha yang menggantikan suatu kata dengan maknanya lebih tersampaikan secara kasar.

Eufemisme dalam menyampaikan suatu makna tidak dapat menyinggung perasaan orang lain, sebaliknya dengan disfemisme yang menyebabkan dari kata tersebut dapat membuat orang lain tersinggung. Sehingga eufemisme adalah makna kata yang memiliki nilai halus dan tentunya tidak menyakiti hati pendengar. Sedangkan disfemisme adalah kata-kata yang maknanya dapat membuat pendengar sakit hati, sehingga hal tersebut memiliki konotasi yang menghina dan menyakitkan.

## **METODE**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif komparatif. Sejalan dengan ahli mengenai metode deskriptif diungkapkan oleh Sudaryanto (1998: 62-63) metode deskriptif merupakan penelitian yang digunakan semata-mata hanya berdasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang memang secara empiris hidup pada penutur-penuturnya, sehingga dihasilkan atau yang dicatat berupa varian bahasa yang biasa dikatakan sifatnya seperti potret dan paparan seperti adanya.

Selanjutnya menurut ahli dari Mahsun (2013:212) menyatakan metode komparatif yaitu penentuan hubungan kekerabatan bahasa dan rekonstruksi bahasa purba yang menurunkan bahasa-bahasa yang berkerabat. Jadi, pada metode komparatif digunakan untuk membandingkan pada media youtube

METRO TV dan CNN Indonesia dengan penggunaan eufemisme dan disfemismenya. Peneliti mengambil metode deskriptif dan komparatif karena data yang telah dianalisis, diinterpretasikan, dan dipaparkan terlebih dahulu, kemudian dibandingkan untuk diketahui persamaan dan perbedaan eufemisme dan disfemisme dari kedua media youtube METRO TV dan CNN Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil hasil penemuan dalam penelitian pada penggunaan eufemisme dan disfemisme, berikut adalah pembahasan pada analisis data dan deskripsi data pada tipe-tipe eufemisme dan disfemisme pada media youtube METRO TV dan CNN Indonesia, berikut adalah pembahasan rumusan masalah pada penelitian:

### Perbandingan Eufemisme dan Disfemisme pada Media Youtube METRO TV dan CNN Indonesia

Berdasarkan data di atas peneliti melakukan perbandingan pada kedua media youtube METRO TV dan CNN Indonesia. Dengan melihat dari tipe-tipe eufemisme dan disfemisme yang diungkapkan oleh Allan Keith & Burrige (dalam Saefullah, 2018 : 78-82) terdapat 12 tipe yaitu diantaranya: permodelan baru, kemiripan fonetik, akronim, abreviasi, permainan kata, sirkumlokusi, hiperbola, pernyataan tersembunyi, metonimi, substitusi, sinekdoke, dan kata pinjaman. Berikut perbandingannya.

**Tabel Perbandingan Eufemisme dan Disfemisme**

| METRO TV                                  |   | CNN Indonesia  |   |
|---|---|--|---|
| Tipe-tipe Eufemisme                       | Tipe-tipe Disfemisme  | Tipe-tipe Eufemisme  | Tipe-tipe Disfemisme  |
| Pemodelan Baru<br>Uwis                    | Pemodelan Baru<br>Momok   | Pemodelan Baru<br>Krusial<br>Digadang-gadang<br>Makro                                      | Pemodelan Baru<br>-   |
| Kemiripan Fonetik<br>-                    | Kemiripan Fonetik<br>-  | Kemiripan Fonetik<br>-   | Kemiripan Fonetik<br>-  |
| Akronim<br>Drops                          | Akronim<br>-  | Akronim<br>-   | Akronim<br>-  |
| Abreviasi<br>PD<br>PR                     | Abreviasi<br>-  | Abreviasi<br>AFF Cup<br>PR   | Abreviasi<br>-  |
| Permainan Kata<br>Menjamu                 | Permainan Kata<br>-   | Permainan Kata<br>-  | Permainan Kata<br>-   |
| Sirkomlokusi<br>Singkirkan<br>Mengkritisi | Sirkomlokusi<br>-   | Sirkomlokusi<br>Paradigma  | Sirkomlokusi<br>-   |
| Hiperbola<br>Greget<br>Powerfull          | Hiperbola<br>Dibebanin<br>Penyisihan<br>Batu sandungan<br>Dibantai<br>Maen keras<br>Kegagalan | Hiperbola<br>Masa lemak dan masa otot<br>Prima<br>Tidak ideal<br>Terlena<br>Mengubah wajah | Hiperbola<br>Dikeluhkan<br>Betul-betul dikuras<br>Berkaca<br>Habis-habisan<br>Menjadi tamparan yang telak |

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
|   | Berkaca<br>Kendor<br>Tancap gas<br>Kepleset<br>Sikat ajalah<br>Keluar kandang<br>Harga mati<br>Lepas beban<br>Dihantam<br>Pertaruhan<br>Harus mati-<br>matian   | Transfer ilmu  | Tidak bisa diremehkan<br>Membangun serangan<br>Merangsek karya<br>pertahanan lawan<br>Menghalau serangan-<br>serangan lawan<br>Alternatif penyerang<br>Mengobrak-abrik<br>Ujung tombak<br>Sebuah unit |
| Pernyataan<br>Tersembunyi<br>-  | Pernyataan<br>Tersembunyi<br>Setengah<br>langkah kalah<br>dulu<br>Kalah mental<br>Soal kenyataan<br>kita tidak bisa<br>juara<br>Kalah kelas<br>Selama ini<br>jarang<br>memenuhi<br>target<br>Menjadi liar | Pernyataan Tersembunyi<br>-  | Pernyataan<br>Tersembunyi<br>Kelasnya masih setengah<br>Tapi ternyata tidak bisa<br>main<br>Semacam kutukan<br>Indonesia<br>Tidak memiliki mental<br>bertarung  |
| Metonimi<br>-   | Metonimi<br>-   | Metonimi<br>-  | Metonimi<br>-   |
| Subtitusi<br>Dihuni<br>Fase<br>Dipartai final<br>Faktor-faktor X<br>Menghantui<br>Aktif<br>sinkronisasi<br>Ditanamkan<br>Levelnya<br>Cermin<br>Gugur<br>Paling akbar<br>Sebelas dua<br>belas<br>Gongnya<br>Melengserkan<br>ukuran<br>keberhasilan | Subtitusi<br>Partai kandang<br>Main kandang   | Subtitusi<br>Berkesinambungan<br>Tim samurai biru<br>Naik level<br>jalan pintas<br>Mengalami downgrade<br>Tidak terintegrasi<br>Piala Teluk<br>Memberikan jam terbang<br>Lahan uji coba<br>Game plannya<br>Tulang punggung<br>Sepak terjangnya<br>Pelatih kawahkan<br>Yang dipupuk | Subtitusi<br>-  |
| Sinekdoke<br>Evaluasi<br>Membangun<br>pondasi   | Sinekdoke<br>Kuncinya<br>melawan  | Sinekdoke<br>Keadaan ideal<br>Kondisi yang maksimum<br>Pembenahan  | Sinekdoke<br>Transisi negatif<br>Pelatih kawah  |

|                            |                    |                    |                    |
|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Kata Pinjaman<br>Parameter | Kata Pinjaman<br>- | Kata Pinjaman<br>- | Kata Pinjaman<br>- |
|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|

Dari data di atas telah dipaparkan mengenai perbandingan dari kedua mediayoutube METRO TV dan CNN Indonesia, dengan melihat dari tipe-tipe eufemisme dan disfemisme, yang tipenya tersebut terdiri dari 12 tipe yaitu: pemodelan baru, kemiripan fonetik, akronim, abreviasi, permainan kata, sirkumlokusi, hiperbola, pernyataan tersembunyi, metonimi, substitusi, sinekdoke, dan kata pinjaman. Namun tentu saja tidak semuanya ada dalam penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam media *youtube* METRO TV dan CNN Indonesia. Setelah diketahui mengenai deskripsi dan analisis data pada tipe-tipe eufemisme dan disfemisme diperoleh dari media *youtube* METRO TV yaitu terdapat tipe: pemodelan baru, akronim, abreviasi, permainan kata, sirkomlokusi, hiperbola, pernyataan tersembunyi, substitusi, sinekdoke, dan kata pinjaman, dan yang diperoleh dari METRO TV hanya sepuluh tipe eufemisme, dan lima disfemisme diantaranya yaitu: pemodelan baru, hiperbola, pernyataan tersembunyi, substitusi, dan sinekdoke. Sedangkan pada CNN Indonesia hanya diperoleh tujuh tipe-tipe eufemisme yang terdiri dari: pemodelan baru, abreviasi, sirkomlokusi, hiperbola, pernyataan tersembunyi, substitusi, dan sinekdoke, dari tipe-tipe disfemisme hanya diperoleh tipe hiperbola, dan sinekdoke.

Diketahui bahwa tipe-tipe eufemisme dari METRO TV hanya memperoleh tipe-tipe pemodelan baru berjumlah satu, sedangkan pada CNN Indonesia tipe pemodelan baru diperoleh berjumlah dua, serta sama-sama tidak ada penggunaan tipe-tipe pemodelan baru disfemisme. Kemudian sama-sama tidak adanya penggunaan pada tipe-tipe kemiripan fonetik dari eufemisme dan disfemisme pada media youtube METRO TV dan CNN Indonesia, dan adanya tipe-tipe akronim eufemisme berjumlah satu pada youtube METRO TV sedangkan dari CNN Indonesia tidak ada tipe-tipe akronim, namun kedua media ini sama-sama tidak adanya penggunaan disfemisme pada tipe-tipe akronim.

Kemudian ada tipe-tipe abreviasi yaitu sama-sama memperoleh dua dari media youtube METRO TV dan CNN Indonesia, dan sama-sama tidak menggunakan disfemisme. Pada tipe-tipe permainan kata dalam video dari media METRO TV memperoleh satu, sedangkan dari CNN Indonesia tidak ada tipe permainan kata, dan kedua media ini sama-sama tidak menggunakan penggunaan disfemisme. Dalam tipe-tipe sirkumlokusi yaitu pada media youtube METRO TV memperoleh dua, sedangkan dari CNN Indonesia hanya memperoleh satu data, dan sama-sama tidak menggunakan penggunaan disfemisme, dan ada dari tipe-tipe hiperbola dari METRO TV sejumlah dua, dan pada penggunaan disfemisme terdapat tujuh, dilihat kembali pada hiperbola sama-sama terdapat penggunaan pernyataan tersembunyi yang ada dala media Youtube METRO TV dan CNN Indonesia.

Selanjut ada tipe-tipe substitusi keduanya sama-sama memperoleh lima belas, dan sama-sama tidak adanya tipe-tipe disfemisme, selanjutnya tipe-tipe sinekdoke terdapat dua data dari METRO TV dan CNN Indonesia, keduanya sama-sama tidak menggunakan tipe-tipe disfemisme. Serta dalam METRO TV terdapat tipe kata pinjaman sejumlah satu, sedangkan dari CNN tidak ada. Namun keduanya sama-sama tidak menggunakan penggunaan tipe-tipe disfemisme pada kata pinjaman.

Sehingga media YouTube METRO TV lebih banyak menggunakan tipe-tipe eufemisme dan disfemisme dibandingkan dengan CNN Indonesia, namun METRO TV dan CNN Indonesia walaupun lebih banyak tipe-tipe eufemisme dari METRO TV, ternyata jika dijumlahkan semuanya sama-sama menghasilkan penggunaan eufemisme dengan jumlah dua puluh sembilan. Tentunya hal tersebut sudah terlihat bahwa youtube METRO TV lebih banyak tuturannya menggunakan penggunaan disfemisme atau kata-kata kasar yang dapat melukai hati seseorang dibandingkan dengan penggunaan disfemisme, sehingga hal ini dapat dibandingkan dengan media youtube CNN Indonesia yang lebih banyak menggunakan penggunaan eufemisme yaitu kata-kata halus dibandingkan dengan kata-kata kasar atau disebut dengan disfemisme.

### **Bahan Ajar Teks Narasi Tingkat SMP Kelas IX**

Pembelajaran saat ini bisa dilakukan dimanapun, baik dari internet maupun dari buku. Sehingga dalam melakukan pembelajaran tentunya tidak perlu hanya di sekolah, namun dari luar sekolah pun bisa melakukan pembelajaran. Berdasarkan hasil penelitian maka penelitian ini bisa direlevansikan untuk kegiatan pembelajaran terutama pada pembelajaran teks narasi kelas IX, dengan mengembangkan model ADDIE dalam mengembangkan perangkat dan infrastruktur program pelatihan atau pembelajaran yang efektif, dinamis, dan mendukung proses pembelajaran (Junaedi, 2019:1-14). Adapun pengembangan bahan ajar ini menggunakan model dari ADDIE yaitu tahap analysis (analisis), design (desain), development (pengembangan), implementation (pelaksanaan), dan evaluation (evaluasi).

#### 1) Analysis (Analisis)

Pada tahap ini peneliti menguraikan enam macam analisis kebutuhan yaitu: Berdasarkan hasil penelitian pada bahan ajar peneliti menggunakan bahan ajar video interaktif pada pembelajaran teks narasi kelas IX, dengan melihat dari silabus kelas IX mampu menelaah struktur teks narasi, dan mampu mengungkapkan rasa simpati. Adapun kompetensi inti dan kompetensi dasar untuk mencapai tujuan pembelajaran.

##### a. Analisis kemampuan awal

Analisis kemampuan awal diuraikan pada aspek materi. Pada aspek materi siswa di kelas harus memahami tentang teks narasi. Agar dapat mencapai kompetensi dasar dan kompetensi inti.

##### b. Analisis Karakteristik Siswa

Berdasarkan pembelajaran siswa, saat ini terlihat siswa sering kali bermalas-malasan dalam melakukan pembelajaran, maka itu dengan mengembangkan bahan ajar pada pembelajaran ini tentunya dapat membantu siswa agar tidak terlalu bosan dalam pembelajaran, karena adanya hal baru dengan menggunakan bahan ajar video interaktif pada materi teks narasi.

##### c. Analisis lingkungan

Setelah melakukan validator pada ahlinya, terkuat kondisi kelas kurang kondusif untuk melakukan metode ceramah membuat siswa menjadi bosan.

##### d. Analisis Fasilitas Pendukung

Dengan sekolahan yang begitu cukup memberikan fasilitas ke pada siswa, tentunya fasilitas cukup baik sehingga memudahkan guru untuk menerapkan bahan ajar video interaktif terutama pada pembelajaran teks narasi.

e. Analisis Materi

Pengembangan bahan ajar dihasilkan pada video pembelajaran interaktif di dalamnya terdapat materi dan juga soal yang mampu mengatasi siswa bisa menjadi lebih aktif lagi dalam pembelajaran.

2) Design (desain)

Tahapan untuk membuat video pembelajaran interaktif yaitu menentukan isi materi dan juga soal yang akan dimasukkan pada video pembelajaran. Dengan memberikan soal yang tidak membosankan, maka siswa hanya menyiapkan kertas untuk mencatat pada bahan ajar video pembelajaran interaktif. Kemudian untuk memudahkan dalam pengeditan maka peneliti menggunakan doratoon dan bisa diakses melalui web doratoon.com selain *Doratoon* juga, peneliti menggunakan aplikasi capcut untuk menyatukan video yang telah diedit dalam doratoon tersebut. Berikut gambaran dengan pengertian pada web *Doratoon* dan juga menyatukan pada aplikasi *Capcut*.

3) Pengembangan

Dalam melakukan pengembangan bahan ajar, ada dua tujuan yang perlu dicapai yaitu:

1. Memproduksi bahan ajar video pembelajaran interaktif yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pembelajaran.
2. Memilih video pembelajaran interaktif sebagai bahan ajar, karena video pembelajaran interaktif dapat membantu guru dan juga siswa untuk proses pembelajaran.

4) Implementasi

Pada tahap ini bahan ajar diimplementasikan kepada ahli media di sekolah SMPN 1 Tirtajaya kepada guru bahasa Indonesia, dan dosen ahli media dosen pengampu yang mengajar di FKIP Universitas Singaperbangsa Karawang.

5) Evaluasi

Tahap evaluasi ini bertujuan untuk menilai kualitas produk dan proses pengajaran, dengan dilihat produknya melalui guru ahli media sekaligus pada pembelajaran bahasa Indonesia maka keberhasilan dalam menggunakan bahan ajar video interaktif dapat direlevansikan untuk kegiatan pembelajaran di sekolah. Berikut link video pembelajarannya:

[https://youtu.be/5fzNx4ch\\_xA](https://youtu.be/5fzNx4ch_xA)

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian data dan bab pembahasan dengan melakukan analisis perbandingan eufemisme dan disfemisme dalam berita olahraga di media youtube Metro TV dan CNN Indonesia, dengan menggunakan teori dari Allan dan Burrige (dalam Saefullah 2018, 78-82), Media youtube Metro TV lebih banyak menggunakan disfemisme, sebab jika dilihat dari jumlah data yang ditemukan sebanyak 29 tuturan yang ditemukan pada penggunaan Disfemisme di media youtube Metro TV, dan 22 tuturan yang ditemukan pada penggunaan disfemisme di media youtube CNN Indonesia. Namun dari 12 tipe tersebut yang lebih banyak digunakan oleh media youtube METRO TV dibandingkan dengan CNN Indonesia hanya ada tuju tipe, sedangkan di METRO TV ditemukan sembilan tipe. Maka CNN Indonesia lebih menggunakan gaya bahasa yang tuturannya halus, dibandingkan dengan METRO TV.

Kemudian pada penelitian dijadikan sebagai relevansi bahan ajar pada materi teks narasi kelas IX. Bahan ajarnya yaitu video pembelajaran interaktif, guna untuk mempermudah guru dalam melakukan pembelajaran, apalagi melakukan pengembangan dalam pembelajaran dengan menggunakan bahan ajar video pembelajaran interaktif, sehingga membuat siswa tidak merasa bosan pada saat pembelajaran berlangsung.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alimah, M. (2022). Analisis Teks Narasi Implementasi Strategi Mind Mapping Peserta Didik di Sekolah Dasar. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN, Vol 4. No 4. 2022*, 1-8.
- Asmi, S. (2013). Pemakaian Disfemisme pada Wacana Lisan Indonesia LAWYERS CLUB dan Hubungannya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. In F. K. Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah. Mataram.
- Chaer, A. (2013). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia* (Vols. ISBN 978-979-518-150-7). Jakarta: PT Asdi Mahasatya, Jakarta.
- Charong, K. (2019). Perbandingan Kosa Kata Bahasa Indonesia dengan Bahasa Melayu Patani Dialek Jerang. Pekanbaru: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Islam Riau.
- Dr. Mahdiansyah, M. (2017). Kelengkapan dan Kelayakan Buku Teks Kurikulum 2013 Serta Kebijakan Penumbuhan Minat Baca Siswa. In K. B. Pengayaan, & M. P. Dra. Lucia H. Winingsih (Ed.). Jakarta: Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Balitbank, Kemendikbud.: Puslitjakdikbud.
- Fadely, M. (2017, Desember). Eufemisme dan Disfemisme pada Feature-Feature Karya Ruslan Ismail Mage. *Sirok Bastra Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan, Vol 5. No 2. Edisi Desember 2017*, 131-139.
- Fadhilasari, I. (2021). Eufemisme dan Disfemisme dalam "Surat Terbuka kepada DPR-RI" Narasi TV: Tinjauan Semantik. *Jurnal Bahasa dan Sastra, Vol 9, No 3, 2021*, 202-213.
- Fitria Hidayat, M. N. (Desember 2021). Model ADDIE (Analysis, Design, Depeloment, Implementation, Evaluation) dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Inovasi Pendidikan Agama Islam, Vol 1, No 1*, 1-10.
- Ilmiawan. (2018). Pengembangan Buku Ajar Sejarah Berbasis Situs Sejarah Bima (Studi Khusus pada Siswa Kelas X MAN 2 Kota Bima). *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol 2. No 3. 2018*, 102-106.
- Jayanti, R. R. (2019, Juni). Eufemisme dan Disfemisme pada Judul Berita Surat Kabar Harian Balik Papan Pos Periode April-Mei 2018. *BASATAKA, Vol 2. No 1. , 77-86*.
- Kadir, I. S. (2022). Analisis Gaya Bahasa pada Novel Jadikan Aku Malaikat Kecil-mu Tuhan Karya Edelwis Almira. Pekanbaru: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Islam Riau Pekanbaru.

- Lestari, S. (2021). *Eufemisme dalam Editorial Surat Kabar Tribun Pekan Baru*. Pekanbaru: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Ritonga, A. (2019). *Analisis Pemakaian Eufemisme dan Disfemisme dalam Sebuah Tayangan The Police*. Medan: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Saad, S. (2021). *Penggunaan Disfemisme dalam Komentar Akun Media Sosial Instagram @Makassar\_Info (Kajian Semantik)*. Makassar: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Saifullah, A. R. (2018). *Semantik dan Dinamika pergulatan Makna* (Vols. ISBN 978-602-444-480-8). PT Bumi Aksara.