

## ABSTRACT

Rina Mulya. Registration Number 8216111002. Rhetoric On Market Issue in Headline News of CNBC Indonesia: A Critical Discourse Analysis. A Thesis. English Applied Linguistics Study Program. Postgraduate School. State University of Medan. 2023.

Headline was intended to highlight the main point or category of the news article. This research discussed the rhetoric on market issues in headline news of CNBC Indonesia. The objectives of this study are to examine the types of rhetoric on market issues used in the headline news of CNBC Indonesia, to analyze the realization of rhetoric in formal structures of discourse, and to explain the reason for rhetoric realized in the headline news. Descriptive qualitative research was applied in this research. The data sources were headline news on market issues and taken from the website of CNBC Indonesia. There were 300 of 7076 selected headlines in November 2022 – February 2023. The data were analyzed by using Van Dijk's Critical Discourse Analysis framework. The findings showed that there are 25 types of rhetoric. It was identified that rhetoric was not limited to alliteration, rhyme, parallelism, hyperbole, understatement, metaphor, and metonymy (Van Dijk, 1991). Hyperbole is the most type used in writing the headline on market issues. Besides, it was found that several agents were written implicitly in both sentence forms by using rhetoric. The agent in the headline was omitted to avoid the reporting of negative news. The reason of rhetoric is realized in the headline is to persuade the market players in shaping their market decisions, to hide the participants by substituting to another term, to frame the perspective towards participants, and to engage the knowledge in perceiving the distinctive information on market issues.

Keywords: *critical discourse analysis, headline, market issues, rhetoric*



## ABSTRAK

Rina Mulya. Nomor Register 8216111002. Retorika dalam Judul Berita Pasar Ekonomi pada Media Berita Daring CNBC Indonesia: Analisis Wacana Kritis. Thesis. Program Linguistik Terapan Bahasa Inggris. Pascasarjana. Universitas Negeri Medan. 2023.

Penggunaan judul berita bertujuan untuk menonjolkan poin atau kategori artikel berita. Penelitian ini membahas tentang retorika isu pasar ekonomi dalam judul berita media daring CNBC Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji jenis retorika isu pasar yang digunakan dalam judul berita CNBC Indonesia, menganalisis realisasi retorika dalam struktur formal wacana, dan menjelaskan alasan retorika diwujudkan dalam judul berita. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah judul berita pada isu pasar ekonomi CNBC Indonesia. Data diambil dari situs berita media daring CNBC Indonesia. Terdapat 300 dari 7076 headline terpilih pada bulan November 2022 – Februari 2023. Data dianalisis dengan menggunakan kerangka Analisis Wacana Kritis dari Van Dijk (2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 25 jenis retorika dalam judul berita pasar ekonomi. Retorika ditemukan tidak terbatas pada tipe aliterasi, rima, paralelisme, hiperbola, *understatement*, metafora, dan metonimi (Van Dijk, 1991). Hiperbola merupakan jenis yang paling banyak digunakan dalam penulisan headline suatu isu pasar. Selain itu, ditemukan beberapa agen yang ditulis secara implisit dalam kedua bentuk kalimat tersebut dengan menggunakan retorika. Agen dalam judul berita dihilangkan untuk menghindari pemberitaan berita negatif. Alasan penggunaan retorika diwujudkan dalam judul berita adalah untuk mempengaruhi pelaku pasar dalam membentuk keputusan pasar mereka, untuk menyembunyikan peserta dalam kalimat dengan mengganti istilah lain, untuk memberika fokus perspektif terhadap pelaku, dan untuk menggunakan pengetahuan dalam memahami informasi khusus di pasar masalah.

Kata kunci: *analisis wacana kritis, judul berita, pasar ekonomi, retorika*