



## DEIKSIS DALAM SINIAR 'KETIKA GEN Z JADI DOKTER' RADITYA DIKA

*(Deixis in the Podcast "When Gen Z Becomes a Doctor" by Raditya Dika)*

Fadya Khansa Hanum<sup>1)</sup>, Suyoto<sup>2)</sup> dan Asrofah<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Universitas PGRI Semarang  
E-mail: [khansafadya2@gmail.com](mailto:khansafadya2@gmail.com)

<sup>2)</sup> Universitas PGRI Semarang  
E-mail: [suyoto1964@gmail.com](mailto:suyoto1964@gmail.com)

<sup>3)</sup> Universitas PGRI Semarang  
E-mail: [asropah@upgris.ac.id](mailto:asropah@upgris.ac.id)

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*  
Diterima Februari  
2026  
Disetujui Maret  
2026  
Dipublikasikan  
April 2026

### Abstrak

Pentingnya analisis deiksis dalam siniar bertema profesi melalui pendekatan pragmatik kontekstual, dengan menyoroti pola komunikasi Generasi Z di media digital, khususnya dalam format vodcast yang interaktif dan situasional. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk dan fungsi deiksis persona, tempat, dan waktu dalam video siniar "Ketika Gen Z Jadi Dokter" pada kanal YouTube Raditya Dika yang ditayangkan pada 19 Juni 2025. Data penelitian berupa tuturan Raditya Dika sebagai pewawancara dan Dr. Iksanudin Qoti sebagai narasumber, yang diperoleh melalui proses transkripsi dan dianalisis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa deiksis persona digunakan untuk menegaskan peran, relasi, dan posisi interaksional antarpener. Deiksis tempat berfungsi mengacu pada lokasi fisik maupun ruang konseptual yang muncul dalam narasi seputar dunia kedokteran dan pengalaman generasi Z. Sementara itu, deiksis waktu digunakan untuk menandai kronologi peristiwa, rentang pengalaman, serta penanda temporal dalam alur percakapan. Secara keseluruhan, ketiga jenis deiksis tersebut berperan penting dalam memperjelas konteks tuturan, membangun relasi makna, dan menciptakan karakter komunikasi khas siniar yang interaktif dan situasional. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian pragmatik, khususnya terkait penggunaan deiksis dalam konteks komunikasi digital berbasis siniar.

**Kata Kunci:** deiksis, pragmatik, siniar, komunikasi digital, generasi Z

---

### Abstract

*The importance of analyzing deixis in profession-themed podcasts through a contextual pragmatic approach, highlighting the communication patterns of Generation Z in digital media, particularly in interactive and situational vodcast formats. This study aims to describe the forms and functions of person, place, and time deixis in the podcast video "When Gen Z Becomes a Doctor" on Raditya Dika's YouTube channel, published on June 19, 2025. The research data consist of utterances by Raditya Dika as the interviewer and Dr. Iksanudin Qoti as the interviewee, obtained through a transcription process and analyzed using a descriptive qualitative method. The results show that person deixis is used to emphasize roles, relationships, and interactional positions among speakers. Place deixis functions to refer to both physical locations and conceptual spaces that emerge in narratives related to the medical field and the experiences of Generation Z. Meanwhile, time deixis is used to indicate the chronology of events, the span of experiences, and temporal markers within the flow of conversation. Overall, these three types of deixis play an important role in clarifying the context of utterances, constructing meaning relations, and creating the distinctive interactive and situational communication style of podcasts. This study contributes to enriching pragmatic studies, particularly regarding the use of deixis in the context of digital communication based on podcasts.*

**Keywords:** *deixis, pragmatics, podcast, digital communication, Z generation*

---

## PENDAHULUAN

Pragmatik merupakan cabang ilmu linguistik yang mengkaji makna bahasa berdasarkan konteks penggunaannya dalam situasi komunikasi tertentu, yakni hubungan antara tuturan, penutur, mitra tutur, serta kondisi sosial yang melingkupinya. Studi pragmatik penunjuk pada kaidah kebahasaan disebut sebagai deiksis, yaitu unsur bahasa yang berfungsi membantu penutur dan mitra tutur memperoleh informasi secara utuh dan tepat. Dalam pragmatik, deiksis merupakan unsur penting untuk memahami bagaimana pesan dibangun dan ditafsirkan oleh audiens, khususnya di ruang digital. Deiksis berasal dari bahasa Yunani Kuno *deiktitos* yang bermakna "penunjukan secara langsung, berpindah, atau berganti" sesuai dengan acuan kata yang digunakan (Aminuddin, 2016). Dengan demikian, deiksis dapat dipahami sebagai penggunaan unsur kebahasaan yang maknanya ditentukan oleh situasi pembicara dan konteks tutur. Konsep ini memiliki keterkaitan erat dengan penggramatikalisan unsur-unsur konteks dalam tuturan, yang pada akhirnya memengaruhi cara suatu ujaran ditafsirkan karena sangat bergantung pada situasi komunikasi (Muhyidin, 2019). Secara umum, deiksis terbagi ke dalam lima jenis utama, yaitu deiksis persona, deiksis tempat, deiksis waktu, deiksis wacana, dan deiksis sosial.

Deiksis persona berkaitan dengan peran peserta tutur yang diwujudkan melalui pronomina orang pertama, kedua, dan ketiga. Deiksis tempat merujuk pada lokasi atau posisi relatif terhadap penutur, sedangkan deiksis waktu menunjukkan acuan temporal suatu peristiwa tutur. Selanjutnya, deiksis wacana digunakan untuk

merujuk pada bagian tertentu dalam tuturan atau teks yang sedang dibicarakan, baik yang telah disebutkan maupun yang akan disebutkan. Adapun deiksis sosial mencerminkan hubungan sosial, status, serta tingkat kesantunan antara penutur dan mitra tutur. Kelima jenis deiksis ini banyak digunakan sebagai kerangka analisis dalam penelitian bahasa, termasuk kajian teks sastra, percakapan sehari-hari, serta komunikasi digital di media sosial (Wahyuni & Turnip, 2022; Yuhada & Ramadhana, 2023). Deiksis unsur kebahasaan yang acuannya bergantung pada penutur, waktu-ruang tutur, dan konteks wacana (Rahmah et al., 2022). Menurut (Nur et al., 2024) pada ranah Indonesia memperlihatkan bahwa pada percakapan YouTube, deiksis persona, waktu, tempat, wacana, dan sosial muncul sangat dominan dan saling menopang dalam menegosiasikan makna antarpartisipan, khususnya ketika format percakapan bersifat spontan dan informal seperti siniar.

YouTube berfungsi sebagai media akses pengetahuan dan diskusi populer bertema karier serta gaya hidup yang dikemas santai melalui siniar video. Tingginya engagement audiens muda—dipengaruhi oleh gaya penyajian, ketertarikan topik, dan strategi interaksi—menegaskan peran platform ini sebagai ruang wacana generasi muda, bukan sekadar hiburan (Kurniawan et al., 2024). Sejumlah studi pada kanal populer seperti Najwa Shihab, Deddy Corbuzier, Satu Persen, dan Nihongo Mantappu menunjukkan pola serupa: deiksis persona paling dominan untuk mendekatkan relasi penutur dan mitra tutur, diikuti deiksis waktu dan tempat untuk mengontekstualkan pengalaman, serta deiksis wacana atau sosial untuk merujuk topik dan relasi implisit. Secara teoretis, deiksis merupakan unsur kebahasaan yang referensinya bergantung pada identitas penutur dalam konteks tuturan (J.V.M. Verhaar, 2012), dengan makna yang dapat bersifat gramatikal maupun leksikal serta berkaitan dengan aspek referensial.

Tren ini relevan dengan lonjakan format vodcast (video podcast) di Indonesia, menurut (Wahyuni & Dewi, 2024) yakni siniar yang menambahkan dimensi visual sehingga ujaran, gestur, dan objek. Kajian media mutakhir mencatat, video-podcast memudahkan organisasi pesan naratif-informal dan memperkaya rujuk silang antarsegmen wacana, yang pada gilirannya memperbanyak titik kemunculan deiksis misal “ini/itu” menunjuk objek pada layar, “tadi/sekarang/besok” merujuk urutan segmen, atau “gue/lo/kita” membentuk kedekatan sosial khas Gen Z (Wiguna et al., 2025). Dengan latar seperti ini, YouTube Raditya Dika menjadi kasus menarik: format bincang yang santai, topik berkisar profesi atau karier, dan narasumber muda yang lekat dengan kultur internet, seringkali memunculkan register gaul, permainan rujukan *shared knowledge*, dan *indexicality* yang mencolok.

Penelitian ini menelaah penggunaan deiksis dalam video siniar “Ketika Gen Z Jadi Dokter” di kanal YouTube Raditya Dika bersama dr. Ikhsanuddin Qothi, yang membahas pengalaman pendidikan kedokteran, dinamika kerja dokter muda, dan

kebiasaan kesehatan dalam dialog santai. Dalam konteks ini, deiksis persona, waktu, tempat, dan wacana diperkirakan bekerja secara simultan untuk menjaga alur percakapan, membangun kedekatan, serta menegosiasikan otoritas profesi dalam gaya komunikatif khas Gen Z ((Listyarini & Sarifah Firda Arindita Nafarin, 2020). Menurut Pendapat dari (Anisti et al., 2024) dari sisi literasi digital Gen Z, sejumlah riset Indonesia 2020–2025 menyiratkan paradoks: *exposure* teknologi tinggi, namun kecakapan evaluasi sumber, etika, dan keamanan digital masih perlu dikuatkan. (Arone & Putra, 2024) dalam konteks konsumsi sinier, hal ini bermakna bahwa keberhasilan komunikasi tak melulu bergantung pada “benar-salah” informasi, tetapi juga pada cara penutur mengarahkan perhatian dan kepercayaan audiens lagi-lagi melalui perangkat deiktik yang tepat sasaran. Hal ini menjadi semakin relevan mengingat literasi digital Gen Z di Indonesia masih berada pada kategori sedang, dengan kebutuhan peningkatan pada aspek verifikasi sumber, etika, dan keamanan (Rida Ristiani, 2025). Sehingga, pemahaman terhadap fungsi deiksis dapat mendukung kesadaran audiens terhadap konteks dan batasan makna dalam komunikasi populer.

Penelitian dari (Listyarini & Sarifah Firda Arindita Nafarin, 2020) menemukan lima jenis deiksis pada percakapan podcast Deddy Corbuzier Menkes dan menandai dominansi bentuk persona, sekaligus fungsinya dalam mempertautkan jarak sosial-emosional penutur-audiens. (Sunarti et al., 2023) pada episode Najwa Shihab “Susahnya Jadi Perempuan” melaporkan ragam bentuk dan fungsi deiksis yang mengarahkan perhatian dan sikap terhadap isu gender. (Manurung & Yuhdi, 2022) pada Nihongo Mantappu menggambarkan kepadatan deiksis persona waktu, tempat sebagai pengikat cerita pengalaman belajar yang direspons audiens muda. (Rodhiasari et al., 2024) di kanal Satu Persen (playlist “Manajemen Waktu”) juga memaparkan kelima kategori deiksis ala Levinson bekerja terpadu untuk mengatur fokus topik dan membingkai nasihat praktis. Studi (Ginting et al., 2023) pada kanal iNews “Hadiah Spesial untuk Nono” menegaskan kembali kelima tipe deiksis hadir utuh dalam percakapan multi-partisipan (host, narasumber, pejabat). Temuan-temuan ini menjadi pijakan konseptual bagi analisis pada episode Raditya Dika, karena sama-sama memperlihatkan *genre* perbincangan santai, lintas peran, dan bertopik publik/karier.

Menurut Pendapat dari (Tri Ayu Mareta et al., 2025) kuatnya kehadiran Gen Z di platform video juga diikuti arus bukti bahwa YouTube berfungsi sebagai medium edukasi baik formal maupun informal yang memudahkan *sense-making* melalui narasi, demonstrasi, dan *role model* profesi. (Trikawati Trikawati et al., 2025) pada berbagai konteks pembelajaran menunjukkan YouTube efektif meningkatkan partisipasi, pemahaman, hingga *critical thinking* bagi audiens muda, format video pendek atau panjang dengan gaya percakapan santai mempermudah elaborasi

gagasan kompleks. Temuan ini penting sebab episode yang kita teliti berada di ranah pengetahuan karier/profesi (kedokteran) yang menuntut *framing* komunikatif agar tetap ramah audiens awam.

Penelitian ini mengkaji penggunaan deiksis dalam video siniar “Ketika Gen Z Jadi Dokter” pada kanal YouTube Raditya Dika. Episode ini membahas pengalaman pendidikan dan praktik kedokteran dengan gaya komunikasi santai khas generasi Z. Dalam konteks ini, penggunaan deiksis tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk referensi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi untuk membangun kedekatan, menyampaikan pengalaman, dan mengonstruksi makna dalam percakapan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana bentuk penggunaan deiksis persona, tempat, dan waktu dalam video siniar tersebut?, (2) Apa fungsi penggunaan deiksis dalam membangun makna dan interaksi dalam percakapan, dan (3) Bagaimana frekuensi kemunculan deiksis dalam dialog siniar “Ketika Gen Z Jadi Dokter”?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk, fungsi, dan frekuensi penggunaan deiksis dalam siniar tersebut. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis deiksis dalam siniar bertema profesi dengan pendekatan pragmatik kontekstual yang menyoroti komunikasi generasi Z di media digital, khususnya dalam format vodcast yang interaktif dan situasional.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain analisis pragmatik dalam kerangka analisis wacana untuk mengkaji penggunaan deiksis dalam tuturan siniar. Landasan teoretis merujuk pada klasifikasi deiksis menurut (Levinson, 1983). Deiksis meliputi: deiksis persona, tempat, waktu, wacana, dan sosial serta konsep medan deiktik dari Bühler (1934) untuk menjelaskan relasi bahasa, penutur, dan konteks situasional.

Objek penelitian adalah tuturan dalam video siniar “Ketika Gen Z Jadi Dokter” pada kanal YouTube Raditya Dika. Data berupa tuturan verbal yang diperoleh melalui transkripsi menyeluruh percakapan, dengan memperhatikan pula aspek visual dan paralinguistik (gestur, intonasi, penanda waktu) sebagai konteks pendukung. Proses transkripsi dilakukan secara verbatim dengan penandaan elemen penting seperti jeda, penekanan, dan ekspresi nonverbal yang relevan dengan makna deiktik.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan operasional: (1) mengidentifikasi dan menyeleksi tuturan yang mengandung unsur deiksis, (2) mengklasifikasikan data ke dalam lima kategori deiksis, (3) menginterpretasikan fungsi pragmatis

setiap bentuk deiksis berdasarkan konteks tuturan, dan (4) menyimpulkan pola penggunaan deiksis dalam wacana siniar. Unit analisis berupa kata, frasa, atau klausa yang memuat unsur deiktik beserta konteksnya.

Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi teori dan peneliti, yaitu dengan membandingkan hasil analisis dengan kerangka teoretis yang relevan serta melakukan pengecekan ulang (peer review) untuk meminimalkan subjektivitas. Selain itu, konsistensi kategorisasi diuji melalui pembacaan berulang dan pencocokan antar data untuk memastikan ketepatan interpretasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian tentang channel youtube Raditya Dika “Ketika Gen Z Jadi Dokter” tayangan 19 Juni 2025. yang melibatkan Raditya Dika sebagai pewawancara dan Dr. Iksanudin Qoti sebagai narasumber. Analisis ini meliputi tiga jenis deiksis utama, yaitu deiksis persona, deiksis tempat, dan deiksis waktu. Setiap bentuk deiksis dianalisis berdasarkan fungsi penunjukannya dalam konteks percakapan serta relasi antarpemuter. Data yang dianalisis berupa kutipan langsung dari dokumen transkrip video siniar.

### Deiksis Persona

Deiksis persona adalah penunjuk yang merujuk kepada peserta tutur dalam **percakapan. Deiksis ini terbagi menjadi tiga kategori, yaitu** persona pertama, persona kedua, **dan** persona ketiga. Penggunaan deiksis persona sangat dominan dalam percakapan siniar ini karena interaksi berlangsung secara dialogis, informal, dan interpersonal.

1. Deiksis persona pertama mencakup penggunaan kata **aku, saya, kita,** dan **kami** yang merujuk pada pemuter, yaitu Dr. Iksan atau Raditya Dika.

a. Penggunaan **“aku”** Kata “aku” digunakan oleh Dr. Iksan dalam konteks informal dan naratif. Misalnya kutipan berikut:

*“**Aku** kan sebagai seorang dokter...”*

*“Jadi gini... sebenarnya **aku** kan awalnya bikin konten itu...”*

*“Biasanya hampir setiap hari sih **aku** dapat serangan jantung.”*

Penggunaan “aku” menunjukkan kedekatan, keakraban, serta spontanitas dalam percakapan. Deiksis ini memperlihatkan gaya bahasa santai khas percakapan nonformal.

b. Penggunaan “saya”

Dalam beberapa bagian, Iksan menggunakan kata “saya” untuk menampilkan posisi lebih formal:

*“Karena mereka ingin melihat **saya** menderita.”*

Perubahan dari “aku” → “saya” menandai nuansa formalitas, khususnya ketika membicarakan profesi atau situasi medis yang lebih serius.

c. Penggunaan “kita”

“Kita” digunakan dalam dua fungsi, yakni fungsi (1) inklusif kelompok profesi (penutur + dokter lain) dan (2) merujuk pada kebiasaan umum dalam dunia medis.

*“**Kita** setelah lulus kuliah kita kan belum boleh praktik.”  
“**Kita** harus kayak magang dulu...”*

Deiksis ini **tidak menyertakan Raditya**, tetapi merujuk pada kelompok profesi dokter sehingga bersifat **inklusif terbatas**.

d. Penggunaan “kami”

Digunakan untuk menunjukkan kelompok internal Iksan:

*“Iya, karena kita butuh tempat buat pesugihan **kita**.”*

Pada konteks ini, “kita/kami” merujuk pada tim produksi konten atau orang-orang dekat Iksan.

2. Deiksis persona kedua merujuk pada lawan bicara, yaitu Raditya atau Iksan.

a. Penggunaan “lu”

Digunakan Raditya kepada Iksan dengan nuansa santai:

*“Gua ngelihat **lu**, lu tadi pasien pertama lu terima...”  
“Berarti **lu** sebenarnya dari awal agak takut...?”*

Bentuk ini menunjukkan hubungan akrab dan informal.

b. Sapaan “Bang”

Iksan memanggil Raditya dengan “Bang”:

*“Bayang enggak sih, **Bang**?”  
“Gitu loh, **Bang**.”*

Deiksis ini menunjukkan penghormatan dan kedekatan sosial (respectful familiarity).

c. Penggunaan “kamu”

Muncul dalam cerita saat dokter lain berbicara kepada Iksan:

*“Udah, **kamu** temenin saya...”*

Kata ini menandai hubungan hierarkis: dokter senior → koas.

3. Deiksis Persona Ketiga: Merujuk pada orang yang tidak hadir dalam percakapan seperti pasien, ibu-ibu, atau masyarakat.

a. “Dia”

*“Tiba-tiba **dia** melek...”  
“**Dia** tuh kayak rasa nahan...”*

Deiksis ini merujuk pada pasien yang sedang ditangani.

b. "Mereka"

*"Karena **mereka** ingin melihat saya menderit."*

*"Mereka" merujuk pada audiens atau pengikut media sosial.*

c. Penyebutan langsung (pasien, ibu-ibu, dokter)

*"**Pasien** tuh datang dengan keluhan nyeri dada."*

*"Aku ngonten bareng **ibu-ibu**."*

Bentuk ini digunakan untuk mengidentifikasi pihak tertentu tanpa menyebut nama.

### Deiksis Tempat

Deiksis tempat adalah penunjuk lokasi yang bergantung pada posisi penutur. Analisis meliputi penunjuk lokasi dekat, jauh, dan lokasi spesifik institusional.

1. Deiksis Tempat Dekat

Merujuk pada tempat yang sedang ditempati saat percakapan.

*"Senang banget bisa diundang **ke sini**."*

*"Tadi pertanyaannya **ini** rumah buat studio doang?"*

Sini" dan "ini" menunjukkan lokasi fisik tempat siniar berlangsung.

2. Deiksis Tempat Jauh

Merujuk lokasi lain yang bukan tempat berlangsungnya percakapan.

*"Aku dapat penugasan **di Bangka**."*

*"Sekarang kesibukannya lagi jaga **di Puskesmas**."*

*"Habis ini ke **Surabaya**."*

Bentuk ini menunjukkan perpindahan ruang dan konteks geografis dalam cerita.

3. Deiksis Tempat Spesifik

Merujuk lokasi profesional/medis:

*"Ini **IGD** satu ruangan ya, Bang."*

*"Dulu aku jaga **IGD Rumah Sakit**."*

*"Aku tinggal di **kos**."*

Deiksis ini mengaitkan informasi dengan struktur ruang nyata yang memiliki fungsi tertentu (IGD, puskesmas).

### Deiksis Waktu

Deiksis waktu menandai acuan temporal berdasarkan konteks saat percakapan berlangsung.

1. Deiksis Waktu Kini

*"**Hari ini** ngobrol bersama Dr. Iksan..."*

*"Jadi **sekarang** kesibukannya lagi jaga di Puskesmas."*

Menandai kejadian saat rekaman siniar berlangsung.

## 2. Deiksis Waktu Lampau

*“Aku awalnya bikin konten itu **dulu...**”*

*“**Waktu itu** ada pasien tiba-tiba hilang kesadaran.”*

*“**Pertama kali** aku jaga IGD dapat pasien serangan jantung.”*

Dipakai untuk menceritakan kronologi pengalaman Iksan sebagai dokter muda.

## 3. Deiksis Waktu Akan Datang

*“Videonya tayang **besok.**”*

*“**Next** apa? Mau jadi dokter spesialis kah?”*

*“Habis ini ke **Surabaya.**”*

Menandai rencana atau prediksi yang mengarah ke masa depan.

Analisis data menunjukkan bahwa deiksis persona (aku/saya/kita/lu/Bang) mendominasi percakapan dalam siniar ini dan berfungsi ganda: (1) mengonstruksi identitas sosial (mis. “aku” menandai pengalaman pribadi Dr. Iksan; “lu” dan “Bang” menegaskan gaya keakraban dan hirarki interpersonal), dan (2) mengelola tingkat keakraban dan kesantunan secara bergantian (peralihan “aku” → “saya” ketika topik menjadi serius). Temuan ini konsisten dengan kajian pragmatik yang menyatakan bahwa pilihan bentuk persona berfungsi untuk menegosiasikan relasi sosial dan peran tuturan dalam interaksi lisan. Yule & Levinson menjadi kerangka teoretik utama yang menjelaskan fenomena ini (Levinson, 1983).

Dalam tuturan narasumber, deiksis persona pertama (“aku”, “kita”) dipakai untuk merangkai kronologi pengalaman kerja (magang, jaga IGD, pindah ke puskesmas). Penggunaan “kita” ketika membahas prosedur profesional (“kita setelah lulus...magang”) menunjukkan strategi retorik untuk generalisasi profesional — yaitu, pengalaman individu diposisikan sebagai pengalaman kolektif profesi kedokteran. Studi analisis deixis pada podcast dan wacana publik menemukan pola serupa: pembicara podcast kerap menggunakan deiksis persona untuk membangun kredibilitas naratif sekaligus kedekatan dengan pendengar. Studi kasus podcast sebelumnya (analisis podcast Zach Sang; analisis podcast Raditya Dika) menemukan dominasi person/time/place deixis yang berperan dalam konstruksi naratif semacam ini (Lestari & Afriana, 2024).

Analisis tempat (IGD, puskesmas, Bangka, Surabaya, sini) dan waktu (hari ini, sekarang, dulu, besok, golden time) bekerja bersama untuk membentuk kerangka situasional — memindahkan pendengar antara ruang aman (puskesmas) dan ruang darurat (IGD) sekaligus antara waktu naratif lampau (pengalaman koas) dan waktu kritis medis (golden time untuk stroke/jantung). Khususnya istilah waktu medis seperti “golden time” dan “time is muscle/brain” digeser menjadi alat deiktik untuk membangun urgensi dan otoritas klinis dalam narasi. Penelitian pragmatik pada

wacana kesehatan menegaskan bahwa deiksis temporal dan lokasional sering dipakai untuk menegaskan urgensi klinis dan mengatur ekspektasi pendengar/pasien (Solihah et al., 2022).

Format siniar (wawancara santai, live conversation) mendorong penggunaan bentuk-bentuk deiksis yang bersifat indexikal dan situasional — contohnya sapaan langsung (“Bang”), interjeksi, filler dan pergeseran register (informal → semi-formal). Literatur mengenai deixis di podcast/siaran sejenis mencatat pola serupa: podcast menggunakan deiksis untuk (a) menandai konteks rekaman, (b) memfasilitasi keterlibatan pendengar, dan (c) memberikan nuansa “keaslian” atau “live-ness” yang meningkatkan kredibilitas narasumber (studi analisis podcast 2023–2024). Oleh karena itu, pola deiktik yang ditemukan pada episode ini tidak hanya bersifat linguistik tetapi juga performatif menciptakan identitas narasumber sekaligus ‘aura’ keotentikan bagi pendengar (Lestari & Afriana, 2024).

Dalam kutipan-kutipan saat narasumber menceritakan penanganan kasus kritis (serangan jantung, pasien “kesurupan”, stroke), deiksis berfungsi juga sebagai alat manajemen emosi: bentuk persona pertama + temporal immediacy (“hari ini”, “sekarang”) menimbulkan rasa keterlibatan emosional pendengar; sedangkan penggunaan istilah teknis dan perpindahan register menegaskan jarak profesional sekaligus menjaga kredibilitas etis. Studi pragmatik pada wacana medis menegaskan bahwa kombinasi indexicality (deiksis) dan register adalah strategi umum untuk menyeimbangkan empati dan profesionalitas (Solihah et al., 2022).

Temuan ini menunjukkan bahwa analisis deiksis berguna untuk memetakan bagaimana narasi kesehatan populer (podcast oleh profesional medis) menyampaikan informasi medis kepada publik tanpa kehilangan dampak naratif. Dengan kata lain, deixis menjadi medium yang menjembatani pengetahuan teknis dan pengalaman personal sehingga informasi medis menjadi lebih mudah dicerna—tetapi juga berisiko menimbulkan interpretasi yang salah jika konteks deiktik tidak dipahami (mis. perbedaan “asumsi lokal” vs “pengetahuan klinis”). Kajian-kajian terbaru tentang deixis di wacana publik menekankan kebutuhan kajian kontekstual seperti ini untuk kejelasan komunikasi publik (Vrika et al., 2022).

Analisis ini berbasis pada transkrip satu episode; generalisasi harus diuji pada korpus podcast yang lebih besar. Selain itu, analisis lebih lanjut dapat menambahkan dimensi discourse deixis dan social deixis secara kuantitatif (frekuensi dan fungsi konversasional) serta menganalisis reaksi pendengar (komentar/analytics) untuk melihat bagaimana deiksis memengaruhi pemahaman dan engagement. Penelitian lain pada genre serupa menunjukkan manfaat pendekatan komparatif (beberapa episode/host) untuk memvalidasi pola yang ditemukan (Lestari & Afriana, 2024).

## **PENUTUP**

### **SIMPULAN**

Analisis deiksis dalam siniar “Ketika Gen Z Jadi Dokter” menunjukkan bahwa penggunaan deiksis persona, tempat, dan waktu berfungsi secara sinergis dalam mengaitkan tuturan dengan konteks situasional. Deiksis persona merefleksikan dinamika relasi sosial antara penutur dan mitra tutur, deiksis tempat memetakan ruang berlangsungnya pengalaman, sementara deiksis waktu memperjelas alur kronologis narasi. Ketiga unsur tersebut tidak hanya membangun koherensi makna, tetapi juga memperlihatkan karakter interaksi khas siniar yang cair, personal, dan kontekstual.

Secara teoretis, temuan ini memperkuat kajian pragmatik, khususnya konsep deiksis sebagai perangkat utama dalam pengonstruksian makna berbasis konteks, sekaligus menunjukkan relevansinya dalam wacana digital kontemporer. Penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan studi komunikasi digital dengan menegaskan bahwa efektivitas komunikasi di media seperti YouTube tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh strategi kebahasaan yang mampu membangun kedekatan dan keterlibatan audiens.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi kreator konten, pendidik, maupun praktisi komunikasi dalam memanfaatkan deiksis secara lebih sadar dan strategis untuk meningkatkan kejelasan pesan, kedekatan interpersonal, serta kepercayaan audiens. Selain itu, temuan ini juga memiliki implikasi bagi penguatan literasi digital, khususnya dalam membantu audiens memahami bagaimana konteks dan rujukan bahasa membentuk makna dalam komunikasi populer.

### **SARAN**

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian dengan menganalisis lebih dari satu episode atau membandingkan beberapa siniar dari kanal yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola penggunaan deiksis dalam media digital. Penelitian lanjutan juga dapat mengombinasikan pendekatan pragmatik dengan analisis wacana kritis untuk mengkaji lebih dalam aspek ideologi, kekuasaan, dan konstruksi identitas yang mungkin tercermin melalui penggunaan deiksis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aminuddin, A. P. L. (2016). Deiksis dalam Novel *Tembang Ilalang* Karya Md. Aminudin. *Jurnal Bastra (Bahasa Dan Sastra)*, 3(3), 400–425. <http://hutdopi08.blogspot.co.id/2013/06/persona-laskar-pelangi.html>

- Anisti, Sidarta, V., Imran, M., & Syatir. (2024). Tantangan Literasi Digital Generasi Z: Kajian Sistematis Literature Review. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 30. <https://doi.org/10.33751/wahana.v30i2.11870>
- Arone, C., & Putra, E. V. (2024). Analisis Konten Podcast Youtube Revolt Official Channel sebagai Media Literasi Politik. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 7(4), 444–455. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v7i4.982>
- Rodhiasari, D. A., Fitriani, N., Samosir, R., Muna, A. B., Shafarina, R. N., Utomo, A. P. Y., & Kesuma, R. G. (2024). Analisis Deiksis dalam Channel YouTube Satu Persen pada Daftar Putar “Manajemen Waktu.” *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Bahasa*, 3(1), 01–20. <https://doi.org/10.55606/jurribah.v3i1.2599>
- Ginting, S. K. B., Pardosi, S. R. B., Pasaribu, S. M., Baru, F. L., & Simanjuntak, E. E. (2023). Deiksis Pada Channel Youtube Official Hadiah Spesial Nadiem Makariem Untuk Nono Si Jenius Matematika: Analisis Pragmatik. *Enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*.
- J.V.M. Verhaar. (2012). *Asas-Asas Linguistik Umum*. Gadjah Mada University Press.
- Kurniawan, Y., Halim, E., Jennifer, E., Pribadi, A., Bhukar, G., & Anwar, N. (2024). *Understanding User Engagement Strategies for Podcasts Videos on Youtube in Indonesia: A Study on Content Creation*. [www.joiv.org/index.php/joiv](http://www.joiv.org/index.php/joiv)
- Lestari, T. I., & Afriana. (2024). A Deixis Analysis in the Podcast Zach Sang Show Youtube Channel: Selena Gomez Talks Music, Mental Health, and Finding Happiness (2020). *EJI (English Journal of Indragiri): Studies in Education, Literature, and Linguistics*, 8(1), 69–83. <https://doi.org/10.61672/eji.v8i1.2656>
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813313>
- Listyarini, & Sarifah Firda Arindita Nafarin. (2020). *Analisis Deiksis Dalam Percakapan Pada Channel Youtube Podcast Deddy Corbuzier Bersama Menteri Kesehatan Tayangan Maret 2020*. <https://doi.org/10.15294/jpbsi.v9i1.38628>
- Manurung, E., & Yuhdi, A. (2022). Analisis Deiksis dalam Percakapan pada Channel Youtube Nihongo Mantappu Battle Ilmu Pengetahuan Umum. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 9(2), 117. <https://doi.org/10.30595/mtf.v9i2.13692>
- Muhyidin, A. (2019). Deiksis Dalam Novel Daun Yang Jatuh Tak Pernah Membenci Angin Karya Tere Liye Dan Skenario Pembelajarannya Di Sma (Deixis In Tere Liye’s Novel “Daun Yang Jatuh Tak Pernah Membenci Angin” And Its Learning Scenario In High School). *Metalingua: Jurnal Penelitian Bahasa*, 17(1), 45–56. <https://doi.org/10.26499/metalingua.v17i1.283>
- Nur, P. A., Asmi, N., Ramadhan, N. A., & Saleh, M. (2024). Analisis Dieksis dalam Percakapan pada Channel Youtube Tea Talk Podcast Najla Bisyr Bersama Shakira Amirah Tayangan Oktober 2024. *JUPERAN: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 03(02), 589–601.

- Rahmah, N. M., Setiawan, H., & Maspuroh, U. (2022). Analisis Deiksis dalam Berita Bencana Alam pada Media Daring Sindonews.Com Edisi Januari-Maret 2022. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13845–13851. <https://doi.org/10.37081/ed.v10i2.3601>
- Rida Ristiani. (2025). Analisis Penerapan Literasi Digital dalam Bermedia Sosial di Kalangan Generasi Z. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 5(2), 544–552. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v5i2.5911>
- Solihah, M., Susilawati, E., & Wardah, W. (2022). An Analysis Of Deixis In “Catching The Sun” Novel By Tony Parsons. *Journal of English Education Program*, 3(1). <https://doi.org/10.26418/jeep.v3i1.49784>
- Sunarti, Nensilanti, & Juanda. (2023). Bentuk dan Fungsi Deiksis Channel YouTube Najwa Shihab “Susahnya Jadi Perempuan” Tayangan November 2021 (Kajian Pragmatik). In *Jurnal Sinestesia* (Vol. 13, Number 2). <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/404>
- Tri Ayu Mareta, Desty Endrawati Subroto, Lailaturrohmah Aulia, Siti Nuryanah, & Ratu Najwa Fadilah. (2025). Peran Media Sosial Youtube sebagai Media Edukasi dalam Pendidikan Generasi Z. *Guruku: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 3(1), 98–106. <https://doi.org/10.59061/guruku.v3i1.894>
- Trikawati Trikawati, Euis Ismayati Yuniar, Yulaikah Yulaikah, Kety Soraya, Machron Chairulfalalah, Lia Nurliana, & Fifi Musfirowati. (2025). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Youtube dalam Media Pembelajaran Berbasis ICT (Information and Communication Technology) pada Siswa Kelas XI SMA Nurul Hasanah Ciheulang. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 4(1), 114–124. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v4i1.2038>
- Vrika, R., Fauziah, M., & Mudinillah, A. (2022). The Use Of Pragmatics Deixis In The E-Paper “Advantage #4: Meaningful Engagement.” *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, 10(2), 201–206.
- Wahyuni, S., & Dewi, D. S. (2024). Impact of Video Podcasts on Speaking Proficiency in Indonesian Higher Education: A Study of Diverse Learning Styles. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 16(3), 3041–3053. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v16i3.5735>
- Wahyuni, S., & Turnip, B. R. (2022). Analisis Deiksis Dalam Novel “Teluk Alaska” Karya Eka Aryani. *Jurnal Artikulasi*, 4(2), 2022.
- Wiguna, O., Putri, F. S., & Nur Aziza Sasmi, N. A. C. (2025). Konseptualisasi News Vodcast: Jurnalisme Baru untuk Khalayak Muda. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 7(1), 158–171. <https://doi.org/10.25008/jpi.v7i1.201>
- Yuhada, F. A., & Ramadhana, M. R. (2023). Pengaruh Komunikasi Keluarga Protektif Terhadap Keterbukaan Diri Remaja Akhir pada Siswa SMAS Regina Pacis Bogor. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 9(2), 111–120. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v9i2.10383>