

WIDYA WARTA

Jurnal Ilmiah

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

1. **Gambaran Penguasaan Keterampilan Teknik Komunikasi Dasar Konseling Pastoral pada Mahasiswa STKIP Widya Yuwana Madiun, Program Studi Pendidikan Agama Katolik**
Bernardus Widodo
2. **Penyimpangan Berbahasa pada Tataran Morfologi dalam Tabloid Nyata**
Rustiati
3. **Gambaran Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa**
Andi Cahyadi
4. **Analisis Faktor Keberlanjutan Bank Sampah Kota Madiun (Studi Kasus pada Bank Sampah Matahari Madiun)**
Theresia Liris Windyaningrum
5. **Analisis Penggunaan Bahasa dalam Slogan Politik dan Kandungan Pendidikan Karakter**
¹⁾Agnes Adhani, ²⁾Priska Meilasari
6. **Analisis Manajemen dan Strategi Usaha Sambil Pecel (Studi Kasus Kelompok Usaha Sambil Pecel Dasa Wisma Delima dan Larasati Madiun)**
¹⁾Wahyu Prabawati Putri Handayani, ²⁾Vinsensius Widdy Tri Prasetyo
7. **Face Threatening Act Strategies for Humorous Effect in Rage Comics**
Yuli Widiana
8. **Studi Deskriptif Kesehatan Mental Remaja**
Marcella Mariska Aryono
9. **Kinerja Keuangan Lembaga Keuangan Kelurahan Patihan Kecamatan Mangunharjo Kota Madiun pada Masa Pandemi *Covid-19***
Rino Desanto Wiwoho
10. **Pemaafan dalam Tindak Penganiayaan**
Qurnia Fitriyatnur



Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun
Jl. Manggis 15-17 Madiun, Telp (0351) 453328
email: osc-research-institute@ukwms.ac.id

ANALISIS PENGGUNAAN BAHASA DALAM SLOGAN POLITIK DAN KANDUNGAN PENDIDIKAN KARAKTER

Agnes Adhani¹⁾, Priska Meilasari²⁾

¹⁾ Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia (Kampus Kota Madiun) - FKIP
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

E-mail: agnes.adhani@ukwms.ac.id

²⁾ Program Studi Bahasa Inggris (Kampus Kota Madiun) - Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

E-mail: priska.meilasari@ukwms.ac.id

ABSTRACT

The aims of this research are to know the language varieties that are used, to describe the sentence construction, to reveal the communicative act, and to expose the contended character education in political slogans. This is a descriptive qualitative research on 37 political slogans retrieved from news, political portal, or political party's website on internet. From this research, it is shown that (1) the language varieties that are used in political slogan: 28 data of Indonesian language, 7 data of slang expressions, 1 datum of Javanese language, and 1 data of English language, (2) the sentence constructions that are applied are 20 data of exclamative sentences, 11 data of declarative sentences, 5 data of imperative sentences, and 1 datum of interrogative sentence, (3) communicative acts that are shown in 37 data is classified into asserting (20 data), suggesting (11 data), and inviting (6 data), (4) there are 7 educational values found in political slogans, they are (a) 11 data of caring values, (b) 8 data of creative values, (c) 6 data of tough values, (d) 4 data of nationalism values, (e) 3 data of politeness and communicativeness value, (f) 3 data of religious values, and (g) 2 data of honesty values.

Keywords: *language, sentence, communicative act, character building, political slogan*

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri (Kentjono, 1985: 2). Bahasa adalah milik kelompok sosial yang batasnya terlalu abstrak, sehingga wujudnya juga bersifat relatif. Kelompok sosial bisa disebut masyarakat. Masyarakat bahasa berhubungan erat dengan penggunaan bahasa dalam suatu masyarakat. Masyarakat bahasa Indonesia berarti warga negara Indonesia yang menggunakan bahasa Indonesia untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Seseorang bisa menjadi anggota lebih dari satu masyarakat bahasa, terutama dalam masyarakat yang multilingual.

Karena bahasa dipakai untuk bekerja sama dan berkomunikasi, hal ini menimbulkan berbagai bentuk wacana sesuai bidang kehidupan. Kevariasian komunikasi dan kerja sama menimbulkan berbagai bentuk wacana. Berdasarkan

isinya wacana dibedakan menjadi tujuh, yaitu (1) politik, (2) sosial, (3) ekonomi, (4) budaya, (5) militer, (6) hukum dan kriminalitas, dan (7) olahraga dan kesehatan (Mulyana, 2005: 58). Praptomo Baryadi (2002: 10) membedakan jenis wacana berdasarkan isinya, yaitu wacana politik, olah raga, ekonomi, ilmiah, pendidikan, dan sebagainya. Jenis wacana berdasarkan isinya jumlahnya tak terbatas. Wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang direalisasikan dalam bentuk karangan atau laporan utuh, seperti novel, buku, artikel, pidato, atau khotbah, pertukaran ide secara verbal (KBBI, 2008: 1152). politik adalah pengetahuan mengenai ketatanegaraan atau kenegaraan (seperti tentang sistem pemerintahan, dasar pemerintahan atau segala urusan atau tindakan (kebijakan, siasat, atau sebagainya) mengenai pemerintahan negara atau terhadap negara lain (KBBI, 2008: 1091).

Bangsa Indonesia pada 2019 mengadakan perhelatan politik akbar, yaitu pemilu legislatif dan pemilihan presiden dan wakil presiden. Peristiwa akbar nasional ini mengantar enam belas partai sebagai peserta pemilu dan lolos parlement treshold 9 partai dan Bapak Djoko Widodo dan KH Ma'ruf Amin sebagai presiden dan wakil presiden Indonesia periode 2019-2024. Yang tersisa dari hingar bingar pemilu dan tercantum dalam platform partai salah satunya adalah slogan (tagline). Slogan adalah motto atau frasa yang dipakai pada konteks politik, komersial, agama, dan lainnya sebagai ekspresi sebuah ide atau tujuan yang mudah diingat. Slogan adalah suatu ekspresi, gagasan, atau tujuan yang diulang-ulang untuk memberitahukan, menjelaskan, atau mempopulerkan sesuatu dengan menggunakan kalimat pendek yang mencolok, menarik, dan mudah diingat, agar melekat dalam pikiran setiap orang (https://www.google.com.my/search?safe=strict&sxsrf=ACYBGNQrRv4moi_iP9u94ailhRZO11rkrQ%3A1578546442760&source=hp&ei=CrUWXvH8K5OFmgeQ0Ib4BQ&q). Slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan atau mengiklankan sesuatu atau perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi golongan, organisasi, partai politik dan sebagainya (KBBI, 2008: 1325). Penggunaan bahasa bisa berkaitan dengan pendidikan karakter. Adhani (2016: 105-108) meneliti kaitan pendidikan karakter dengan peribahasa yang menunjukkan bahwa dalam peribahasa terkandung nilai karakter peduli, tangguh, religius, jujur, kreatif, komunikatif, dan nasionalis. Selain itu Adhani (2017: 88) mengkaji ucapan selamat pagi dalam WA mengandung nilai pendidikan karakter santun dan komunikatif, religius, peduli, tangguh, dan kreatif. Slogan politik yang berfungsi untuk mendidik dan mempengaruhi dengan memberitahukan visi misi partai politik tentu mengandung pendidikan karakter. Slogan politik sebagai salah satu bentuk pendidikan politik layak diteliti dikaitkan dengan sumbangannya terhadap pendidikan karakter.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah bahasa apakah yang digunakan dalam slogan politik? Bagaimana bentuk kalimat yang digunakan dalam slogan politik? bagaimana tindak komunikatif dalam slogan politik? dan Apakah kandungan pendidikan karakter dalam slogan politik?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui bahasa yang digunakan dalam slogan politik, mendeskripsikan bentuk kalimat yang digunakan dalam slogan politik, mengungkapkan tindak komunikatif dalam slogan politik, dan menyingkap kandungan pendidikan karakter dalam slogan politik.

B. Tinjauan Pustaka

1. Bahasa

Bahasa adalah sistem lambang berupa bunyi yang bersifat sewenang-wenang (arbitrer) yang dipakai oleh anggota-anggota masyarakat untuk berhubungan dan berinteraksi (Sumarsana dan Paina, 2014: 18). Walaupun hubungan antara bunyi dan makna tidak ada aturan dan sewenang-wenang, tetapi karena bahasa bersistem dan sistematis, maka setiap anggota masyarakat pemakai bahasa terikat pada kaidah atau aturan dalam bahasa tersebut. Secara kasat mata dan juga telinga pemakai bahasa dapat menengarai ciri-ciri bunyi yang dilambangkan dengan ejaan bahasa yang berbeda dan secara auditif juga tempat perbedaan bahasa yang satu dengan yang lain.

2. Kalimat

Dalam menggunakan bahasa, pembicara atau penulis menyatakan gagasannya dalam wujud kalimat. Kalimat adalah (1) kesatuan ujar yang mengungkapkan suatu konsep pikiran dan perasaan; (2) perkataan; (3) *Ling* satuan bahasa yang secara relatif berdiri sendiri, mempunyai pola intonasi final dan secara aktual ataupun potensial terdiri atas klausa (KBBI, 2008: 609).

Berdasarkan tanggapan dari mitra tutur, kalimat dibedakan menjadi tiga, yaitu kalimat berita, kalimat tanya, dan kalimat perintah. Kalimat berita adalah kalimat yang isinya memberitahukan atau menyatakan sesuatu, kalimat tanya kalimat yang mengandung intonasi dan makna pertanyaan, dan kalimat perintah adalah kalimat yang mengandung intonasi dan makna perintah atau larangan (KBBI, 2008: 494-495).

Kalimat dilihat dari bentuk sintaksisnya dibedakan menjadi empat, yaitu kalimat deklaratif, kalimat interogatif, kalimat imperatif, dan kalimat eksklamatif (Alwi, dkk., 1998: 352).

3. Tindak Komunikatif

Tindak komunikatif adalah "apa yang ditindakan" oleh sebuah kalimat atau tuturan Tindak komunikatif merupakan hasil dari suatu ujaran kalimat dalam kondisi tertentu. Seorang penutur yang ingin mengemukakan sesuatu kepada mitra tutur, maka yang ingin dikemukakannya itu adalah makna atau maksud kalimat. Cara menyampaikan makna atau maksud, penutur harus menuangkannya dalam wujud tindak tutur.

Satu kalimat atau tuturan dapat mengungkapkan beberapa fungsi sekaligus. Menurut Tarigan (1986: 145-146) tindak komunikatif dikelompokkan ke dalam lima belas kategori, yaitu (1) menyapa, mengundang, menerima, menjamu, (2) memuji, mengucapkan selamat, menyanjung/merayu, menggoda, mempesonakan,

menyombongkan, (3) menginterupsi, menyela, memotong pembicaraan, (4) memohon, meminta, mengharapkan, (5) mengelak, membohongi, mengobati kesalahan, mengganti subjek, (6) mengkritik, menegur, mencerca, mengomeli, mengejek, menghina, mengancam, memperingatkan, (7) mengeluh, mengadu, (8) menuduh, menyangkal atau mengingkari, (9) menyetujui, menolak, mendebat atau membantah, (10) meyakinkan, menuntut, mempengaruhi atau menyugesti, mengingatkan, menegaskan atau menyatakan, menasihati, (11) melaporkan, menilai, mengomentari, (12) memerintahkan, memesan, meminta atau menuntut, (13) menanyakan, memeriksa atau meneliti, (14) menaruh simpati, menyatakan belasungkawa, dan (15) meminta maaf, memaafkan.

4. Pendidikan dan Pendidikan Karakter

Pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan; proses, perbuatan, cara mendidik (KBBI, 2008: 326). Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara (UU Sisdiknas, 2003: 5).

Terdapat delapan belas nilai pendidikan karakter dan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam delapan kategori, yaitu (1) Religius: beriman, bertakwa, dan taat beragama atau berkepercayaan, (2) Jujur, sikap yang sama dalam pengetahuan, kata, dan perbuatan, serta dapat dipercaya, (3) Tangguh, meliputi kerja keras, disiplin, mandiri, dan tanggung jawab, (4) Peduli, meliputi toleransi, demokratis, cinta damai, peduli sosial, dan peduli lingkungan, (5) Kreatif, meliputi kreatif, rasa ingin tahu, dan menghargai prestasi, (6) Santun dan Komunikatif, (7) Nasionalis, termasuk di dalamnya semangat kebangsaan dan cinta tanah air, dan (8) Gemar membaca.

5. Slogan Politik

Slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan atau mengiklankan sesuatu atau perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi golongan, organisasi, partai politik dan sebagainya (KBBI, 2008: 1325). Slogan adalah motto atau frasa yang dipakai pada konteks politik, profesional, agama, dan lainnya sebagai ekspresi sebuah ide atau tujuan yang mudah diingat. Slogan adalah suatu ekspresi, gagasan, atau tujuan yang diulang-ulang untuk memberitahukan, menjelaskan, atau mempopulerkan sesuatu dengan menggunakan kalimat pendek yang mencolok, menarik, dan mudah diingat, agar melekat dalam pikiran setiap orang.

Ciri slogan antara lain (1) perkataan yang mudah diingat dan menarik, (2) bisa berupa frasa, klausa, kalimat, atau motto, (3) berupa semboyan sebuah organisasi atau masyarakat dengan fungsi mendidik atau mempengaruhi dan bertujuan memberitahukan visi, misi, tujuan organisasi, perusahaan, atau kegiatan yang dilakukan oleh lembaga maupun organisasi.

Partai politik sebagai bagian dari penentu kehidupan yang baik lewat tugas legislatif menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, kebebasan tentunya menjunjung tinggi moralitas, sehingga merumuskan slogan yang mencakup hal tersebut. Kehidupan yang baik sebagai visi partai politik dirumuskan dalam slogan politik. Slogan politik adalah adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan atau mengiklankan sesuatu atau perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi golongan, organisasi, partai politik adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan atau mengiklankan sesuatu atau perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu partai politik.

C. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian kualitatif (Sutopo, 2002: 110). Penelitian ini berusaha mendeskripsikan penggunaan bahasa, variasi kalimat, tindak komunikatif, dan kandungan pendidikan karakter dalam slogan politik. Frasa, klausa, atau kalimat dalam slogan politik dianalisis apa adanya, tidak mendapatkan perlakuan khusus atau percobaan sebagai data dan sumber data, dengan *setting* alamiah, memaknai kesatuan pertuturan, dan tidak menggunakan analisis data berupa angka-angka secara statistik, serta peneliti berperan sebagai alat utama penelitian dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Perlakuan dan ciri di atas memenuhi persyaratan penelitian deskriptif kualitatif (Sutopo, 2002: 33-39).

2. Data dan Sumber Data

Data penelitian ini adalah berupa frasa, klausa, atau kalimat yang ada dalam slogan politik.

Sumber data penelitian ini adalah pemberitaan, portal politik, atau website partai politik yang diunduh dari internet, yaitu:

- a. <https://surabaya.tribunnews.com/2018/11/08/partai-nasdem-silaturahmi-dan-kampanyekan-gerakan-restorasi-dan-tagline-politik-tanpa-mahar>
- b. <https://www.tribunnews.com/nasional/2018/03/25/golkar-usung-tagline-4g-hadapi-pileg-dan-pilpres-2019>
- c. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180219004814-32-277032/pdip-nomor-tiga-megawati-ciptakan-slogan-banteng-metal>
- d. <https://www.liputan6.com/news/read/3501775/pdip-gunakan-lagi-tagline-indonesia-hebat-pada-pemilu-2019>
- e. <https://www.lensaindonesia.com/2013/01/14/inilah-slogan-baru-pkb.html>
- f. <https://nasional.okezone.com/read/2016/11/05/337/1534002/slogan-partai-perindo-terus-bergemuruh-di-rapimnas-2016>
- g. <https://news.detik.com/berita/d-4331304/pkpi-gelar-muspimnas-partai-zaman-wow-ini-artinya>

- h. <https://lampung.tribunnews.com/2018/02/21/usung-slogan-piye-kepenak-zamanku-toh-ini-misi-partai-berkarya-yang-lolos-peserta-pemilu-2019>

3. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian berupa kalimat dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data melalui teknik simak bebas libat cakap (Sudaryanto, 2015: 207), karena peneliti tidak terlibat penyusunan dan penggunaan slogan politik, berupa dokumen tertulis dan peneliti tidak mempengaruhi data, dilanjutkan dengan teknik catat. Langkah-langkah pengumpulan data dilakukan dengan (1) Mencatat slogan politik dari enam belas partai politik peserta pemilu 2019, Mereduksi data, Mengartukan data dengan memberi kode data, dan mengklasifikasikan data demi memudahkan analisis data.

4. Teknik Analisis Data

Data yang sudah terkumpul dan dikartukan dianalisis dengan teknik tertentu. Sudaryanto (2015: 42) mengemukakan tujuh teknik analisis data kebahasaan, yaitu (1) pelesapan (delisi), (2) penggantian (substitusi), (3) perluasan atau penambahan (ekspansi), (4) penyisipan (interupsi), (5) perubahan urutan (permutasi), (6) pengulangan (repetisi), dan (7) Perubahan wujud (parafrase). Namun ketujuh teknik tersebut tidak semua diterapkan dalam penganalisisan data penelitian ini. Selain itu juga digunakan metode reflektif introspektif dalam menganalisis data (Sudaryanto, 2015: 163-164).

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Penggunaan Bahasa dalam Slogan Politik

Bahasa yang digunakan dalam slogan politik adalah bahasa Indonesia, bahasa pergaulan (bahasa gaul), Bahasa Jawa, dan bahasa Inggris.

Tabel 1
Penggunaan Bahasa dalam Slogan Politik

No	Bahasa	Jumlah Data	Contoh Data
1.	Bahasa Indonesia	28	politik tanpa mahar (NasDem), suara untuk rakyat (Golkar), untuk Indonesia sejahtera (Partai Perindo), matahari tak pernah ingkar janji (Partai Amanat Nasional/PAN), terbuka, progresif, itu kita (Partai Solidaritas Indonesia/PSI)
2.	Bahasa Pergaulan (Gaul)	7	banteng metal, partai zaman wow, S14P 2019, 4G
3.	Bahasa Jawa	1	<i>Piye kepenak zamanku toh</i> (Partai Berkarya)
4.	Bahasa Inggris	1	<i>From zero to hero</i> (Hanura)
	Jumlah	37	

a. Penggunaan Bahasa Indonesia

Penggunaan bahasa Indonesia yang terdapat dalam 28 dari 37 data tersebut menunjukkan bahwa ada kesadaran penuh bahwa partai politik ini partai politik nasional, menggunakan nasionalisme dan kerakyatan untuk menarik sipati seluruh

warga negara. Berikut contoh data yang mendukung penggunaan bahasa Indonesia sebagai identitas nasional.

- (1) Suara untuk **rakyat** (Golkar) (5)
- (2) Untuk **Indonesia** sejahtera (Partai Perindo) (11)
- (3) [Restorasi Indonesia \(NasDem\) \(2\)](#)
- (4) **Indonesia** Hebat (PDIP) (9)
- (5) [Rumah Bersama untuk Rakyat \(PKB\) \(19\)](#)
- (6) GerindraPreneur. Entreprenur untuk **IndonesiaRaya** (Gerindra) (21)

Keinklusifan dan seperasaan digambarkan juga dengan penggunaan *kita* dan ajakan untuk bersama-sama, seperti dalam slogan di bawah ini.

- (7) Terbuka, Progresif, itu **Kita** (Partai Solidaritas Indonesia, PSI) (25)
- (8) [Mari Bung Rebut Kembali \(Partai Persatuan Pembangunan\) \(18\)](#)
- (9) [Ayo Lebih Baik \(PKS\) \(16\)](#)
- (10) [\(Ayo kita\) Bersatu, Berjuang, Menang \(NasDem\) \(4\)](#)

b. Penggunaan Bahasa Pergaulan

Bahasa pergaulan ditandai dengan "pelanggaran" terhadap kaidah, seperti penggunaan angka dan lambang bilangan angka 14 dipakai untuk mengganti *IA*, tanda tagar (#), penggunaan akronim, *metal* (merah total, menang total), dan bahasa yang banyak dipakai oleh kaum muda saat ini, seperti ungkapan "wow" dan 4G yang dlafalkan dengan "for ji". Berikut data yang mendukung penggunaan bahasa pergaulan.

- (11) S14P 2019 (Partai Demokrat) (33)
- (12) [#2019KitaBerkarya \(Partai Berkarya\) \(15\)](#)
- (13) [Banteng Metal \(PDIP\) \(8\)](#)
- (14) [Partai zaman wow \(PKPI\) \(](#)
- (15) 4G (Golkar) (6)

c. Penggunaan Bahasa Jawa

Penggunaan bahasa Jawa terdapat dalam ungkapan yang menyatakan keadaan "zaman lampau" sebagai suatu keadaan yang menyenangkan bagi kelompok etnis tertentu, yaitu Jawa. Dengan bertanya 'bagaimana nyaman zamanku kan?' menggambarkan keinginan untuk kembali pada masa lampu yang dirasa berhasil.

- (16) *Piye kepenak zamanku toh* (Partai Berkarya) (14)

d. Penggunaan Bahasa Inggris

Penggunaan bahasa Inggris dalam slogan ditemukan dalam satu data yang berusaha menyugesti pemilih terpelajar. Pemilu sebelumnya partai ini tidak memiliki keterwakilan dalam DPR-RI, sehingga berharap mampu berjaya dan menjadi *hero* pada pemilu 2019.

- (17) *From Zero to Hero* (Hanura) (32) 'Dari kosong pada pemilu 2014 akan menjadi pemenang dalam pemilu 2019'

2. Penggunaan Kalimat dalam Slogan Politik

Penggunaan kalimat dalam slogan dikelompokkan ke dalam empat jenis kalimat, yaitu deklaratif, imperatif, interogatif, dan eksklamatif. Terdapat data berupa frasa yang bisa ditransformasikan menjadi kalimat sehingga dimasukkan kelompok

kalimat tertentu. Penggunaan kalimat dalam slogan politik ditampilkan dalam kalimat eksklamatif 20 data, deklaratif 11 data, imperatif 5 data, dan interogatif 1 data.

Tabel berikut menggambarkan data yang mendukung penggunaan kalimat dalam slogan.

Tabel 2
Penggunaan Kalimat dalam Slogan Politik

No	Kalimat	Jumlah Data	Nomor Data
1.	Deklaratif	11	1, 11, 19, 20, 21, 23, 24, 27, 30, 31, 37
2.	Interogatif	1	14
3.	Imperatif	5	16, 18, 22, 35, 36
4.	Eksklamatif	20	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 17, 25, 26, 28, 29, 32, 33, 34
	Jumlah	37	

Pembahasan penggunaan kalimat diurutkan sesuai dengan frekuensi data pendukung jenis kalimat, berturut-turut kalimat eksklamatif, kalimat deklaratif, kalimat imperatif, dan kalimat interogatif.

a. Kalimat Eksklamatif

Kalimat eksklamatif menyatakan seruan, sehingga slogan lebih banyak menggunakan bentuk kalimat ini yang berharap pendengar atau pembaca tergugah oleh isi kalimat tersebut. Slogan merupakan seruan dengan bentuk singkat. Berikut ini contoh kalimat eksklamatif dalam slogan politik.

- (18) Jokowi Presidenku, Nasdem Partaiku. (3)
- (19) Partai Perindo, Indonesia sejahtera, HT luar biasa. (12)
- (20) Indonesia hebat. (9)
- (21) Terbuka, Progresif, Itu kita. (25)
- (22) *From zero to hero*. (32)
- (23) S14P 2019. (33)

b. Kalimat Deklaratif

Kalimat deklaratif mengharapkan pendengar atau pembaca menerima informasi yang disampaikan dan menyimpannya dalam memori. Berikut contoh beberapa kalimat deklaratif dalam slogan politik.

- (24) Politik tanpa mahar (1) (Kami, satu-satunya partai yang menerapkan) politik tanpa mahar.
- (25) Untuk Indonesia sejahtera (11) (Perindo berjuang) untuk Indonesia sejahtera.
- (26) Rumah bersama unruk rakyat (19) (PKB merupakan/menjadi) rumah bersana untuk rakyat.
- (27) Bergerak bersama rakyat. (20) (PKB) bergerak bersama rakyat.
- (28) Bangun Nusantara (30) (Hanura mem-)bangun Nusantara.
- (29) Berjuang untuk rakyat (37) (Demokrat) berjuang untuk rakyat.

c. Kalimat Imperatif

Data di bawah ini termasuk kalimat imperatif, yaitu.

- (30) Mari Bung rebut kembali. (18)
- (31) Rebut kembali Indonesia raya. (22) Mari rebut kembali Indonesia raya.

(32) Katakan tidak pada korupsi. (35) Silakan katakan tidak pada korupsi.

Tiga data di atas dapat dikategorikan ke dalam dua bentuk imperatif, ditandai dengan *mari, rebut* (*mari rebut*), dan *katakan* (*silakan katakan*).

d. Kalimat Interogatif

Kalimat imperatif mengharapkan tanggapan dari pendengar atau pembaca berupa jawaban konfirmasi atau jawaban isi. Data 33 mengharapkan dukungan berupa konfirmasi *iya/benar* atau *tidak*. Berikut ini uraiannya.

(33) *Piye kepenak zamanku toh?* (16), mengharapkan jawaban:

(33a) *Bener kepenak zamanmu.* 'Benar, nyaman zamanmu.' atau

(33b) *Ora, enak zaman saiki.* 'Tidak, nyaman zaman sekarang.'

3. Tindak Komunikatif dalam Slogan Politik

Tindak komunikatif yang disandang 37 data dikelompokkan ke dalam tiga tindak komunikatif, yaitu menegaskan (20 data), menyugesti (11 data), dan mengundang (6 data). Tindak komunikatif menegaskan mendominasi slogan politik karena bertujuan meyakinkan dan menguatkan bahwa partai politik tersebut layak dipilih, berbeda dengan menyugesti lebih kepada menyarankan untuk memilihnya, dan mengundang lebih berkaitan dengan mengajak, karena sebagai partai baru belum bisa menunjukkan karya atau prestasi. Tindak komunikatif dan data pendukungnya disajikan dalam tabel 3 berikut.

Tabel 3
Penggunaan Tindak Komunikatif dalam Slogan Politik

No	Tindak Komunikatif	Jumlah Data	Nomor Data
1.	Menegaskan	20	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 26, 28, 29, 33, 34
2.	Menyugesti	11	4, 7, 11, 13, 14, 23, 24, 27, 32, 35, 37
3.	Mengundang	6	16, 18, 25, 30, 31, 36
	Jumlah	37	

a. Menegaskan

Slogan politik digunakan oleh partai politik untuk menarik perhatian dan meyakinkan, sehingga tindak komunikatif yang dipilih adalah menegaskan bahwa partai politik tertentu memiliki keunggulan dibanding partai lain. Bentuk penegasan ditampilkan dalam slogan seperti di bawah ini.

(34) Politik tanpa mahar. (1) (Hanya NasDem yang mengusung) politik tanpa mahar.

(35) Banteng metal (8) (Hanya PDIP berlambang) banteng yang metal (menang total).

(36) Indonesia hebat (9) Hanya PDIP yang bisa membuat Indonesia hebat.

(37) PKB bangkit, PKB solid, PKB menang (10) (Hanya) PKB yang bangkit, solid, dan menang.

(38) Partai Perindo, Indonesia sejahtera, HT, Luar Biasa (12) (Hanya) Partai Perindo (yang bisa membuat Indonesia sejahtera), (hanya) HT (yang) luar biasa.

(39) Bela rakyat bela umat. (Hanya PAN yang) membela rakyat (sekaligus) membela umat (Islam).

(40) Bersih, Cerdas, Santun. (Hanya Partai Demokrat yang) bersih, cerdas, dan santun.

Tindak komunikatif menegaskan menunjukkan bahwa hanya dirinya yang seperti itu atau bisa berbuat seperti ini. Hal ini dapat digunakan untuk meyakinkan bahwa partai politik ini merupakan partai yang meyakinkan untuk dipilih.

b. Menyugesti

Menyugesti merupakan tindak komunikatif yang menyarankan atau menganjurkan agar mempertimbangkan untuk memilih, menggerakkan hati untuk bersimpati, memberi dorongan untuk memilih. Secara halus pendengar atau pembaca digerakkan untuk memilih dan menjadikan partai tersebut layak dipromosikan dan dikampanyekan. Isyarat simpatik tersebut yang dikategorikan tindak komunikatif menyugesti. Berikut ini paparan beberapa tindak komunikatif menyugesti.

- (41) Bersatu, berjuang, menang (4) (Bersama NasDem) bersatu dan berjuang untuk menang.
- (42) Untuk Indonesia sejahtera. (11) (Partai Perindo hadir) untuk (menciptakan) Indonesia sejahtera.
- (43) *Piye kepenak zamanku toh?* (14) zamanku (dulu) hidup nyaman, ayo bersama kami mengembalikan zaman yang *kepenak* itu.
- (44) Partai Garuda siap tidur bersama rakyat (23) Partai Garuda (merasa sebagai bagian dari rakyat sehingga siap tidur (*lara lapa*) bersama rakyat.
- (45) Matahari tak pernah ingkar janji (27) (PAN, partai berlambang) matahari (adalah partai yang bisa diandalkan) tak pernah ingkar janji.
- (46) Katakan tidak pada korupsi (36) (Partai Demokrat adalah partai yang konsisten memerangi korupsi, dengan) katakan tidak pada korupsi.

c. Mengundang

Tindak komunikatif "mengundang" bertujuan memanggil, mengajak pendengar atau pembaca untuk bergabung bersamanya. Partai dengan slogan politik dengan tindak komunikatif "mengundang" dapat dilihat dalam data berikut.

- (47) Ayo lebih baik (16) (PKS mengundang para pemilih untuk bersama-sama menjadi) lebih baik.
- (48) Mari bung rebut kembali (18) (Partai Persatuan Pembangunan/PPP mengundang para pejuang untuk) merebut kembali kejayaan PPP.
- (49) Terbuka, progresif, itu kita (25) (Partai Solidaritas Indonesia/PSI adalah partai yang) terbuka (dan) progresif, (kalian yang memiliki jiwa terbuka dan progresif mari bergabung dan berjuang bersama PSI)/
- (50) Bangun Nusantara ((30) (Hanura/Partai Hati Nurani Rakyat mengundang para pendukungnya untuk mem-) bangun Nusantara.
- (51) Membangun daerah untuk Indonesia beradab (41) (Hanura/Partai Hati Nurani Rakyat mengundang para pendukungnya untuk) membangun daerah yang mendukung terwujudnya) Indonesia beradab.

4. Kandungan Pendidikan Karakter dalam Slogan Politik

Pendidikan karakter merupakan nilai yang harus diperjuangkan oleh semua orang dalam berbagai ranah kehidupan. Dalam slogan politik ditemukan tujuh nilai

pendidikan, yaitu (a) peduli (11 data), (b) kreatif (8 data), (c) tangguh (6 data), (d) nasionalis (4 data), (e) santun dan komunikatif (3), (f) religius (3 data), dan jujur (2 data). Karakter peduli, kreatif, dan tangguh menunjukkan bahwa sebagai partai politik, mereka berusaha menarik simpati dengan peduli, menggunakan kreativitas untuk bisa menyasar kelompok pemilih tertentu, dan ketangguhan dalam berjuang untuk Indonesia.

Dalam slogan politik ditemukan tujuh dari delapan nilai pendidikan karakter seperti dalam tabel 4. di bawah ini.

Tabel 4
Kandungan Pendidikan Karakter dalam Slogan Politik

No	Pendidikan Karakter	Jumlah Data	Nomor Data
1.	Religius	3	26, 28, 29
2.	Jujur	2	1, 35
3.	Tangguh	6	4, 6, 7, 9, 10, 36
4.	Peduli	11	11, 12, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 31, 37
5.	Kreatif	8	3, 8, 13, 14, 15, 27, 32, 33
6.	Santun dan komunikatif	3	18, 25, 34
7.	Nasionalis	4	2, 5, 22, 30
8.	Gemar Membaca	-	
	Jumlah	37	

Penyajian analisis dan pembahasan didasarkan pada banyaknya data pendukung nilai karakter seperti di bawah ini.

a. Peduli

Peduli, meliputi toleransi, demokratis, cinta damai, peduli sosial, dan peduli lingkungan.

(53) sampai dengan (58) mendukung nilai karakter peduli.

(52) Untuk Indonesia sejahtera (11) Partai Perindo peduli untuk menjadikan Indonesia sejahtera.

(53) Cinta, kerja, harmoni (17) PKS peduli dengan hidup penuh cinta, bekerja, dan menjaga harmoni.

(54) Rumah bersama untuk rakyat (19) PKB peduli dengan rakyat dan menyediakan diri sebagai rumah bersama untuk rakyat.

(55) Gerindrapreneur, entrepreneur untuk Indonesia raya Gerindra peduli terhadap Indonesia dengan mengembangkan entrepreneur untuk mewujudkan Indonesia Raya.

(56) Membangun daerah untuk Indonesia beradab (31) Hanura peduli daerah sehingga membangun daerah untuk mendukung Indonesia beradab.

(57) Berjuang untuk rakyat (37) Partai Demokrat peduli sehingga berjuang untuk rakyat.

Kepedulian partai politik terhadap Indonesia, rakyat Indonesia, Indonesia sejahtera, dan damai ditandai dengan pemakaian **untuk** Indonesia sejahtera (53), **cinta** dan **harmoni** (54), rumah **bersama** (55), **untuk** Indonesia raya (56), **untuk** Indonesia beradab (57). Nilai peduli yang terkandung dalam slogan politik bertujuan untuk

menarik simpati dan empati karena mengajak, bersama, dan menjadikan Indonesia dan rakyat Indonesia sebagai tujuan partai.

b. Kreatif

Kreatif, yaitu sikap dan perilaku yang mencerminkan inovasi dalam berbagai segi dalam memecahkan masalah, sehingga selalu menemukan cara-cara baru, bahkan hasil-hasil baru yang lebih baik dari sebelumnya, termasuk di dalamnya rasa ingin tahu, dan menghargai prestasi.

Kreativitas dalam slogan politik berkaitan dengan penggunaan bahasa pergaulan dan penggantian ungkapan yang lazim disesuaikan dengan kepentingan partai politik tertentu.

Slogan politik di bawah ini mendukung nilai pendidikan karakter kreatif.

- (58) Jokowi presidenku, NasDem partaiku (1) Jokowi presidenku, NaDem partaiku, keindahan persamaan bunyi yang melodius bisa dijadikan lagu yang baik.
- (59) Banten metal (8) Banteng (lambang partai PDIP) metal (menang total, merah total)
- (60) Partai zaman wow (13) Partai zaman yang mengagumkan. PKPI yang tidak memiliki perwakilan DPR-RI pada 2014 berharap dapat menyentak pemilih dengan "wow"-nya.
- (61) *Piye kepenak zamanku toh?* (14) Partai Berkarya secara kreatif memainkan kata-kata berbahasa Jawa untuk menarik simpati "kaum tua" yang merindukan kejayaan masa lalu.
- (62) #2019Kita Berkarya (15) Partai Berkarya mengawali slogan dengan tagar (#) yang kekinian untuk mengajak kaum muda memilihnya, sebagai awal mulai berkiprah di dunia politik.
- (63) Matahari tak pernah ingkar janji (27) Partai Amanat Nasional yang berlambang matahari ingin mengemban ketulusan dan kesetiaan karena ada ungkapan merpati tak pernah ingkar janji. PAN kreatif mengganti merpati dengan matahari.
- (64) *From zero to hero* (32) kreativitas Hanura menggugah para pemilihnya dengan ungkapan heroik, dari pecundang menjadi pemenang.
- (65) S14P2019 (33) Partai Demokrat menggunakan 14 sebagai nomor partai pada pemilu 2019 sebagai pengganti IA sehingga dapat menjadi slogan dan logo yang menarik.

c. Tangguh

Nilai pendidikan karakter berupa kerja keras, disiplin, mandiri, dan tanggung jawab. Lima data menunjukkan nilai ketangguhan, lewat *berjuang* (67), *bangkit* (68, 69), *hebat* (70), dan ajakan untuk *melanjutkan* (71) perjuangan yang dianggap telah berhasil.

- (66) Bersatu, Berjuang, Menang (4) berjuang menunjukkan nilai tangguh
- (67) 4G (6) Golkar bangkit, Golkar Jaya, Golkar Maju, Golkar menang. Bangkit menunjukkan nilai tangguh.
- (68) Golkar bersih, Golkar bersatu, Golkar bangkit (7) bangkit menunjukkan nilai tangguh
- (69) Indonesia Hebat (9) hebat merupakan buah ketangguhan berjuang

(70) Lanjutkan (36) Partai Demokrat telah memang dan berhasil, sehingga menyuruh lanjutkan.

d. Nasionalis

Semangat kebangsaan dan cinta tanah air terdapat dalam empat data yang menunjukkan nasionalisme karena ingin memperbaiki Indonesia, menyuarakan rakyat, merebut kembali Indonesia raya, dan membangun Nusantara.

(71) Restorasi Indonesia (2) NasDem melihat Indonesia yang “rusak” perlu direstorasi karena NasDem mencintai Indonesia.

(72) Suara untuk rakyat (5) Golkar perlu menyuarakan rakyat Indonesia dalam berjuang.

(73) Rebut kembali Indonesia raya (22) Gerindra merasa tergerak untuk merebut kembali

(74) Bangun Nusantara (30) Nusantara (Indonesia, tanah air tercinta) harus dibangun.

5. Santun dan Komunikatif

Nilai pendidikan karakter santun dan komunikatif menempatkan mitra tutur sebagai pihak yang terhormat dan dapat diajak berkerja sama.

(75) Mari Bung rebut kembali (18) *mari*, ajakan untuk bekerja sama

(76) Terbuka, Progresif, itu kita (25) *kita*, Anda dan saya sama, mari bersama menjadi terbuka dan progresif..

(77) Bersih, cerdas, santun (34) pemberitahuan dan ajakan untuk menjadi *santun*

6. Religius

Religius, yaitu sikap dan perilaku taat dan patuh dalam memahami dan melaksanakan ajaran agama (aliran kepercayaan) yang dianut, termasuk sikap toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama (aliran kepercayaan) lain, serta hidup rukun dan berdampingan.

(78) Bela rakyat, bela umat (26) Partai Anamat Nasional menunjukkan nilai religius dengan membela rakyat disamakan dengan membela umat (Islam).

(79) Islam dan NKRI (28) Partai Bulan Bintang (PBB) sebagai partai Islam menganggap Islam sama dengan NKRI.

(80) Bela Islam bela bangsa. Bela Islam bela rakyat. Bela Islam bela NKRI (29) Partai Bulan Bintang (PBB) memandang Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia perlu dibela yang otomatis/berarti membela bangsa, rakyat, dan NKRI.

Penggunaan Islam (79, 80) dan umat (Islam) (78) menunjukkan bahwa PAN dan PBB merupakan partai yang religius.

7. Jujur

Jujur yakni sikap dan perilaku yang mencerminkan kesatuan antara pengetahuan, perkataan, dan perbuatan (mengetahui apa yang benar, mengatakan yang benar, dan melakukan yang benar), sehingga menjadi pribadi yang dapat dipercaya. Berikut ini dua data yang mendukung nilai pendidikan karakter jujur.

(102) Politik tanpa mahar (1) (NasDem mencanangkan gerakan melawan *money politic* dengan menjadi calog legislatif melalui NasDem) tanpa (harus membayar) mahar, (uang pembeli surat rekomendasi).

(103) Katakan tidak pada korupsi (35) (Partai Demokrat menjadi pelopor antikorupsi dengan meminta seluruh kadernya me)ngatakan tidak pada korupsi.

Ketujuh kategori nilai pendidikan tersebut masih dimungkinkan adanya dua atau lebih nilai pendidikan karakter, misalnya

(104) Mari Bung rebut kembali. (18)

(105) Terbuka, Progresif, itu kita (25)

Kedua data di atas selain menunjukkan nilai pendidikan karakter santun dan komunikatif juga menunjukkan karakter tangguh. *Bung*, adalah sapaan kepada para pejuang dan *progresif* adalah semangat tangguh untuk melawan kemandekan. Nilai tangguh tercermin dalam dua slogan politik di atas.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berikut ini simpulan penelitian.

- a. Bahasa sebagai wahana pengunggah visi, misi, dan semangat partai politik dalam bentuk slogan menunjukkan "harapan" atau "keinginan" agar diminati, dipilih, dan didukung oleh kelompok masyarakat tertentu, misalnya kaum tua, kaum muda, kaum milenial, atau semua warga negara. Bahasa yang digunakan dalam slogan politik umumnya **bahasa Indonesia** dalam 28 data, **bahasa pergaulan** 7 data, **bahasa Jawa** 1 data, dan **bahasa Inggris** 1 data.
- b. Penggunaan kalimat dalam slogan dikelompokkan ke dalam empat jenis kalimat, yaitu deklaratif, imperatif, interogatif, dan eksklamatif. Terdapat data berupa frasa yang bisa ditransformasikan menjadi kalimat sehingga dimasukkan kelompok kalimat tertentu. Penggunaan kalimat dalam slogan politik ditampilkan dalam **kalimat eksklamatif** 20 data, **deklaratif** 11 data, **imperatif** 5 data, dan **interogatif** 1 data.
- c. Tindak komunikatif yang disandang 37 data dikelompokkan ke dalam **menegaskan** (20 data), **menyugesti** (11 data), dan **mengundang** (6 data). Tindak komunikatif menegaskan mendominasi slogan politik karena bertujuan meyakinkan dan menguatkan bahwa partai politik tersebut layak dipilih, berbeda dengan menyugesti lebih kepada menyarankan untuk memilihnya, dan mengundang lebih berkaitan dengan mengajak, karena sebagai partai baru belum bisa menunjukkan karya atau prestasi.
- d. Pendidikan karakter merupakan nilai yang harus diperjuangkan oleh semua orang dalam berbagai ranah kehidupan. Dalam slogan politik ditemukan tujuh nilai pendidikan, yaitu (a) **peduli** (11 data), (b) **kreatif** (8 data), (c) **tangguh** (6 data), (d) **nasionalis** (4 data), (e) **santun dan komunikatif** (3 data), (f) **religius** (3 data), dan **jujur** (2 data). Karakter peduli, kreatif, dan tangguh menunjukkan bahwa sebagai partai politik, mereka berusaha menarik simpati dengan peduli, menggunakan kreativitas untuk bisa menyasar kelompok pemilih tertentu, dan ketangguhan dalam berjuang untuk partainya dan Indonesia.

2. Saran

Slogan politik merupakan salah satu bentuk pemakaian bahasa yang khas bahkan temporer, sesuai kepentingan partai politik dalam kontestasi pemilu lima tahun sekali, sehingga menarik untuk diteliti. Berdasarkan hasil penelitian ini, disampaikan saran bagi peneliti selanjutnya untuk mengadakan penelitian sejenis dengan aspek yang lain, misalnya meneliti daya pengaruh slogan politik terhadap pemilih tertentu, misalnya kaum tua, terpelajar, atau milenial.

Daftar Pustaka

- Adhani, Agnes. 2016. "Peribahasa, Maknanya, dan Sumbangannya terhadap Pendidikan Karakter". dalam Majalah Ilmiah *Magistra*. Nomor 97 tahun XXVIII. September 2016.
- Adhani, Agnes. 2017. "Analisis Ucapan Selamat Pagi dan Kandungan Pendidikan Karakter" dalam Prosiding Seminar Nasional "Perspektif Bahasa, Sastra, dan Budaya Indonesia dalam Menghadapi Tantangan Global". Keluarga Alumni Prodi Sastra Indonesia dan Prodi Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Alwi, Hasan. dkk. 1998. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Edisi ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Edisi Keempat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- <http://www.indonesiakoran.com/news/nasional/read/82446/partai.hanura.luncurkan.tagline.baru...from.zero.to.hero> Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://banjarmasin.tribunnews.com/2018/02/17/inilah-profil-partai-garuda-peserta-pemilu-2019-ternyata-parpol-ini-akomodir-anak-muda?page=2> Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://lampung.tribunnews.com/2018/02/21/usung-slogan-piye-kepenak-zamanku-toh-ini-misi-partai-berkarya-yang-lolos-peserta-pemilu-2019> Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://manado.tribunnews.com/2018/03/10/demokrat-perkenalkan-tagline-baru-demokrat-s14p-2019>. Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://nasional.sindonews.com/read/1340697/12/pemilu-2019-golkar-usung-tagline-baru-1537751409>. Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://news.detik.com/berita/d-3873361/pan-nomor-urut-12-zulkifli-hasan-matahari-tak-pernah-ingkar-janji>. Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://psi.id/> Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://spiritsumbar.com/ppp-ganti-slogan-bergerak-bersama-rakyat-ini-alasannya/> Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://surabaya.tribunnews.com/2018/11/08/partai-nasdem-silaturahmi-dan-kampanyekan-gerakan-restorasi-dan-tagline-politik-tanpa-mahar> Diunduh 9 Januari 2020.

- <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180219004814-32-277032/pdip-nomor-tiga-megawati-ciptakan-slogan-banteng-metal>. Diunduh 9 Januari 2020.
- https://www.google.com.my/search?safe=strict&sxsr=ACYBGNQrRv4moi_iP9u94ailhRZO11rkrQ%3A1578546442760&source=hp&ei=CrUWXvH8K5OFmgeQ0Ib4BQ&q. Diunduh 5 Januari 2020
- <https://www.google.com/search?q=tagline+gerindra+terbaru&ie=utf-8&oe=utf-8>
Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://www.lensaIndonesia.com/2013/01/14/inilah-slogan-baru-pkb.html>.
Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://www.liputan6.com/news/read/3501775/pdip-gunakan-lagi-tagline-indonesia-hebat-pada-pemilu-2019> Diunduh 9 Januari 2020.
- <https://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/18/03/25/p63v10438-pemilu-2019-pbb-tegaskan-slogan-bela-islam-dan-nkri> Diunduh 9 Januari 2020.
- Kentjono, Djoko. Ed. 1985. *Pengantar Linguistik Umum*. Jakarta: Fakultas Sastra Universitas Indonesia.
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Praptomo Baryadi, I. 2002. *Dasar-Dasar Analisis Wacana dalam Ilmu Bahasa*. Yogyakarta: Pustaka Gondho Suli.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wabana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sumarsana dan Paina. 2004. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda dan Pustaka Pelajar.