DAYA PERSUASIF DALAM WACANA KAMPANYE PILPRES SEBAGAI BAHAN AJAR BAHASA INDONESIA DI TINGKAT SMP

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada Jurusan Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Oleh:
Dita Yunita Ardiana
A310150115

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

DAYA PERSUASIF DALAM WACANA KAMPANYE PILPRES SEBAGAI BAHAN AJAR BAHASA INDONESIA DI TINGKAT SMP

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

Dita Yunita Ardiana

A310150115

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

Dr. Atiqa Sabardila, M.Hum

NIDN. 0621066401

HALAMAN PENGESAHAN

DAYA PERSUASIF DALAM WACANA KAMPANYE PILPRES SEBAGAI BAHAN AJAR BAHASA INDONESIA DI TINGKAT SMP

OLEH

DITA YUNITA ARDIANA

A310150115

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari rabu, 28 Agustus 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. **Dr. Atiqa Sabardila, M. Hum** (.....)
   (Ketua Dewan Penguji)
2. **Drs. Agus Budi Wahyudi, M. Hum** (.....)
   (Anggota I Dewan Penguji)
3. **Drs. Andi Haris Prabawa, M. Hum** (.....)
   (Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,

Prof. Dr. Harun Joko Prayitno., M.Hum.
NIDN. 0028046501

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 19 Agustus 2019

Penulis,

METERAI TEMPEL

6000

DITA YUNITA ARDIANA

A301150115

DAYA PERSUASIF DALAM WACANA KAMPANYE PILPRES SEBAGAI BAHAN AJAR BAHASA INDONESIA DI TINGKAT SMP

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan (1) menganalisis daya persuasif pada spanduk pilpres, (2) mendeskripsikan relevansi daya persuasif pada spanduk pilpres dalam pembelajaran tingkat SMP. Metode yang digunakan adalah metode agih yang meliputi teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar metode agih disebut teknik BUL (Bagi Unsur Langsung) dan teknik lanjutan yang meliputi teknik baca markah, teknik ganti, dan teknik balik. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya (1) diksi terdiri atas penggunaan kata abstrak, kata umum, dan kata bersinonim. (2) Variasi kalimat yang terbagi menjadi keterangan kalimat yang letaknya bebas dapat dipertukarkan tempatnya, objek sebagai bagian dari predikat tidak dapat dipisahkan, kalimat bervariasi aktif-pasif, kalimat bervariasi berita-perintah-tanya, dan wacana persuasive berisi saran dan ajakan. Dari hasil penelitian ditemukan kalimat persuasif pada spanduk pemilihan Presiden dan Wakil Presiden yang memiliki potensi untuk dikembangkan dalam pembelajaran di SMP kelas VIII.

Kata kunci: analisis berbahasa, diksi, wacana persuasif.

Abstract

The purpose of this study is to describe (1) analyzing the use of banners on the 2019-2024 Presidential Election sphere. (2) describes relevance of persuasive discourse on yhe presidential election banner for the 2019-2024 period in the learning of Junior High School level. The method used is the method of covering the basic techniques and advanced techniques. The basic techniques of the agih method is called the BUL technique (For Direct Elements) and advanced techniques which include marking techniques, dressing techniques. The results of this study indicate the existence (1) Diction consists of the use of abstract word, common words, and synonyms. (2) Variation of sentences which are divided into free sentence statements can be exchanged, objects as part of the predicate cannot be separated, sentences vary active-passive, varied sentences of news-commands-questions, and persuasive discourse, cantaining suggestions and invitations. From the results of the study found persuasive sentences on Presidential and Vice Presidential election banners that have potential elements developed in learning in Junior High School grade VIII.

.

Keywords: language analysis, diction, persuasive discourse.

1. PENDAHULUAN

Hak berpolitik, digunakan untuk memberikan pendapat, dan hak melakukan koreksi atas pemerintahan digunakan dalam kampanye. Selain itu, menuntut

keterlibatan rakyat di dalamnya. Bahkan saat ini internet berperan penting dalam menyampaikan orasi dan visi misi untuk mempengaruhi atau membujuk masyarakat. Analisis wacana pada spanduk pilpres pada dasarnya ingin menganalisis pesan yang dimaksud pembicara atau penulis dengan cara mengkonstruksi teks sebagai produk ujaran dan produk ujaran kepada proses produk-produk.

Wacana merupakan suatu konstruksi yang terdiri atas kalimat yang diikuti kalimat lainnya yang berupa suatu keutuhan konstruksi dan makna (Samsuri dalam Pranowo, 1996:73). Analisis wacana digunakan sebagai upaya untuk menganalisis unit bahasa yang lebih besar dari kalimat (Kartomiharjo, 1992:1). Selanjutnya, analisis wacana pada dasarnya ingin menganalisis atau mengintrepetasi pesan yang dimaksud pembicara atau penulis dengan cara mengkonstruksi teks sebagai produk ujaran dan produk ujaran kepada proses produk-produk tersebut sehingga segala konteks yang mendukung wacana pada saat diujarkan ataupun dituliskan. Wacana dalam spanduk kampanye pemilihan Presiden dan Wakil Presiden digunakan untuk mengajak atau membujuk pembaca.

Persuasi menurut Keraf (2001:188) adalah suatu seni verbal yang bertujuan agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan dating. Karena tujuan terakhir adalah agar pembaca atau pendengar melakukan, maka persuasi dapat dimasukan pula dalam cara-cara untuk mengambil keputusan. Wujud wacana dibangun oleh unsur-unsur yang saling menunjukkan hubungan klausa. Setiap unsur dalam wacana tidak akan memiliki makna yang jelas tanpa jeda aanya hubungan dengan unsur lain. Dalam mengungkapkan isi pesan dalam wujud wacana, penutur menggunakan beberapa macam media untuk menyampaikan pesannya kepada mitra tutur. Perkembangan internet menunjukkan sebuah grafis yang melonjak sangat cepat. Dengan semakin banyak pengguna internet khususnya dalam penggunaan *word, wode, wed,* dan *e-mail.*

Wacana persuasi dalam internet sangat menarik karena bersifat ajakan, nasihat, mempengaruhi, dan meyakinkan pembaca. Dengan begitu pembaca

merasa tertarik dan penasaran untuk mencari tahu isi dari tuturannya. Oleh karena itu, penelitian ini untuk melakukan kajian terhadap wacana persuasi pada spanduk pilpres yang menarik untuk dikaji. Adapun salah satu tujuannya adalah untuk mengetahui diksi yang berdaya persuasi serta pemanfaatan daya persuasif dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di tingkat SMP kelas VIII semester 2.

Agar penelitian ini berjalan secara terarah dalam hubungannya dengan pembahasan, maka diperlukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Pembatasan ini setidaknya memberi batasan gambaran kemana arah penelitian dan mempermudah penelitian dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti. Masalah dalam penelitian ini terbatas pada penggunaan diksi yang berdaya persuasi dan isi yang terkandung pada wacana persuasif pada spanduk pilpres.

Dalam penelitian ini ada dua tujuan yang ingin dicapai yaitu: (1) Mengidentifikasi diksi yang berdaya persuasif, dan (2) Mendeskripsikan pemanfaatan berdaya persuasif dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di tingkat SMP kelas VIII semester 2.

2. METODE

Jenis penelitian ini digunakan adalah kualitatif memberikan perhatian terhadap data alamiah, data dalam hubungan konteks keberadaannya. Penelitian kualitatif adalah penelitian dengan metode penelitian terhadap suatu masalah yang tidak didesain atau dirancang menggunakan prosedur-prosedur statistic (Subroto, 1990:5). Dalam pelaksanaannya penelitian ini berupa wacana pilpres. Penelitian ini dilaksanakan bulan Maret-Juli 2019. Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah wacana persuasif pada spanduk pilpres. Data dalam penelitian ini adalah ungkapan berdaya persuasif dalam spanduk pilpres. Sumber data dalam peneltian ini berupa wacana persuasif yang terdapat pada spanduk pilpres di wilayah Sukoharjo dan di internet.

Pada penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode simak. Selanjutnya metode ini dilanjutkan dengan metode baca dan catat, peneliti mencatat beberaoa bentuk yang dianggap relevan yang dapat dimasukkan ke dalam penelitian secara tertulis. Wacana persuasif pada spanduk

pilpres merupakan jenis bahasa tulis yang dalam penelitian ini menggunakan teknik catat dengan tujuan mengidentifikasi isi pesan yang terkandung dalam wacana persuasif pada spanduk pilpres.

Teknik analisis data menggunakan metode agih dengan membagi unsur langsung dengan membagi satuan lingual datanya menjadi beberapa bagian (Sudaryanto, 2015:37). Teknik dasar metode agih yaitu teknik bagi unsur langsung atau teknik BUL (Bagi Unsur Langsung) yang disebut demikian karena pada awal kerja analisis dengan membagi satuan lingual datanya menjadi beberapa bagian atau unsur, dan unsur-unsur yang bersangkutan dipandang sebagai bagian yang langsung membentuk satuan lingual yang dimaksud (Sudaryanto, 2015:37). Cara tersebut dilakukan dengan membagi data satuan lingual yang terdapat pada spanduk kampanye pilpres periode tahun 2019-2024. Teknik lanjutan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teknik baca markah, teknik ganti, dan teknik balik. Teknik baca markah digunakan memahami makna atau hubungan antar kalimat satu dengan kalimat lainnya. Teknik baca markah tersebut digunakan untuk menganalisis kalimat persuasif.

Teknik ganti dilaksanakan dengan menggantikan unsur tertentu satuan lingual yang bersangkutan dengan unsur tertentu yang lainnya diluar satuan lingual yang bersangkutan. Teknik ini mempunyai kegunaan untuk mengetahui kadar kesamaan kelas atau katagori unsur terganti atau unsur diganti dengan unsur pengganti., khususnya bila tataran pengganti sama dengan terganti atau tataran ginanti (Sudaryanto, 2015:59). Teknik ganti digunakan untuk menganalisis diksi yaitu penggunaan kata abstrak, kata umum, dan kata bersinonim. Selanjutnya teknik balik digunakan untuk mengetahui kadar ketegaran letak suatu unsur dalam susunan beruntun. Bila unsur tertentu dapat dipindahkan tempatnya dalam susunan beruntun, maka unsur yang bersangkutan memiliki kadar ketegaran letak yang rendah (Sudaryanto, 2015:93).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini peneliti menemukan penggunaan diksi dan variasi kalimat. Penggunaan diksi ditemukan kata abstrak, kata umum, dan pemakaian kata

bersinonim. Sedangkan variasi kalimat terdiri dari beraneka macam jenis variasi kalimat. Ketepatan pilihan kata mempersoalkan kesanggupan sebuah kata untuk menimbulkan gagasan yang tepat pada imajinasi pembacanya, seperti apa yang dirasakan dan dipikirkan oleh penulis dan pembicara (Keraf, 2010: 87). Penelitian Latifah (2016) mengkaji penggunaan diksi dalam karangan berita siswa Sekolah Menengah Pertama. Hasil temuan Latifah terdapat jenis-jenis diksi yang digunakan dalam karangan berita siswa. Penelitian Latifah memiliki relevansi pada hasil penelitian, bentuk yang mendominasi yaitu mengenai jenis-jenis diksi yang digunakan, sedangkan penelitian ini memfokuskan pada jenis-jenis penggunaan diksi yang terdapat spanduk kampanye pilpres.

Kata abstrak merupakan kata yang mempunyai referen berupa konsep. Kata abstrak berhubungan dengan gagasan atau konsep dan biasanya menggunakan kalimat yang berbelit-belit sehingga pembaca kesulitan memahami konsep yang ditulis (Markhamah, 2019: 22).

(1) Indonesia ngerasa akan klop Adil dan Makmur bersama Prabowo dan Sandi. Harus ingat ya, tahun 2019 saudara semua pilih partai PKS 2019 harus menang. Optimis menang Prabowo dan Sandi. (2) Orang baik so pasti pilih yang baik juga dong. JOKOWI dan AMIN Indonesia maju jika terus bergandeng tangan. Coblos No 01

(1), dan (2) ditemukan kata abstrak yang tidak dapat diserap oleh panca indera. Dalam data tersebut merujuk kepada pemikiran atau kepercayaan terhadap seseorang. Data (1 paslon Prabowo Sandi memberikan kepercayaan kepada rakyat untuk memilihnya dan yakin untuk menang. (2) terdapat kata abstrak bahwa paslon Prabowo Sandi memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada rakyat Indonesia dalam rangka meminta dukungan.

Kata umum merupakan kata yang mempunyai cakupan makna yang luas. Kata umum biasanya menunjuk kepada banyak hal, himpunan, dan keseluruhan (Soedjito dalam Markhamah, 2009:24).

(3) Orang baik so pasti pilih yang baik juga dong. JOKOWI dan AMIN Indonesia maju jika terus bergandeng tangan. Coblos No 01

(3) ditemukan penggunakan kata umum, yaitu *orang baik.* Kata tersebut memiliki cakupan makna yang luas orang baik bisa laki-laki atau perempuan dan tidak dapat diasumsikan orang baik hanya diperuntukan untuk laki-laki saja atau perempuan saja.

Kata bersinonim berarti kata ejenis, sepadan, sejajar, dan memiliki arti yang sama. Pemakaian kata bersinonim akan menghidupkan bahasa seseorang dan mengkongkretkan bahasa seeorang sehingga kejelasan komunikasi terwujud.

(4) Pimpin kembali JOKOWI AMIN 2019 – 2024. Saatnya Indonesia maju pantang mundur because sudah terbukti segalanya gaspol !

(4) menunjukkan adanya penggunaan diksi kata bersinonim yaitu pada kata *because.* Penggunaan bahasa gaul dikalangan remaja juga sangat mempengaruhi pemilihan diksi. Berikut perbaikan kata bersinonim.

(4a) Pimpin kembali JOKOWI AMIN 2019 – 2024. Saatnya Indonesia maju pantang mundur karena sudah terbukti segalanya gaspol !

(4a) dalam pemilihan diksi sudah diperbaiki sesuai dengan kata baku. Penggunaan diksi yang bersinonim tersebut sulit dipahami oleh masyarakat umum karena dalam pemilihan kata menggunakan bahasa yang tidak baku, bahkan ditambahi atau di kombinasikan dengan bahasa gaul, bahasa inggris, bahkan bahasa Jawa.

Wacana persuasif merupakan wacana yang bertujuan empengaruhi mitra tuturnya melakukan tindakan yang diharapkan oleh penuturnya. Segala upaya dilakukan untuk mempengaruhi mitra tutur agar mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam wacana persuasi, khususnya spanduk kampanye digunakan untuk mengajak pembaca atau warga melalui tampilan-tampilan spanduk yang menarik sehingga memikat khalayak umum (Rani, dkk:43). Penelitian yang dilakukan Damayanti (2016) meneliti “Hiperealitas Wacana Persuasi Iklan kartu Telepon Seluler” bertujuan untuk mendeskripsikan wacana persuasi iklan yang digunakan dalam brosur iklan kartu telepon seluler XL dan mendeskripsikan realitas semu yang terbentuk dari brosur iklan kartu telepon seluler XL ditinjau dari sudut pandang hiperealistis. Hasil penelitian ini digunakan untuk mengubah pikiran konsumen agar tertarik menggunakan produk XL. Hiperealitas seakan-akan

banyak produk XL inilah yang paling murah dianatara operator lainnya yang ditunjukkan pada slogan “tarif murah” dan “dijamin”.

4.1 Isi Pesan Bersifat Saran

Isi pesan besifat saran berisi informasi yang bertujuan untuk menyampaikan pendapat. Saran tersebut berupa membuktikan, mendapatkan, menonton, dan membeli. Berikut ini beberapa contoh hasil analisis isi pesan bersifat saran.

(5) Pimpin kembali JOKOWI AMIN 2019 – 2024. Saatnya Indonesiamajupantang mundur because sudah terbukti segalanya gaspol !

(5) terdapat isi pesan bersifat saran mengajak pembaca untuk memilih JOKOWI AMIN . Pengaruh yang signifikan dari televisi, spanduk, internet, papan reklame, majalah, maupun internet.

4.2 Isi Pesan Bersifat Ajakan

Isi pesan bersifat ajakan berisi informasi yang bertujuan untuk menganjurkan. Ajakan berupa memanfaatkan dan mengaktifkam. Berikut beberapa contoh hasil analisis isi pesan bersifat ajakan. Dalam penelitian Ali (2018) meneliti “Pemarkah Persuasif pada Bahasa Media Publikasi bakal Calon Gubernur Riau Periode 2018-2023” bertujuan mengetahui pemarkah dan makna yang terdapat pada media publikasi bakal calon Gubernur Riau perode 2018-2023.Hasil penelitian ini terdapat pemarkah persuasif pada bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau yaitu berisi ajakan lugas untuk memilih dan ajakan tersembunyi untuk memilih bakal Calon Gubernur Riau.Penggunaan slogan, simbol calon Gubernur, tipografi, hingga *hastag* pada media sosial dilakukan dengan tujuan memperkenalkan dan menarik simpati masyarakat terhadap calon Gubernur tersebut.

(6) Menuju ekonomi brand syariah Islamic. Ayok pilih no 01 !

(6) terdapat isi pesan yang bersifat ajakan untuk memanfaatkan sebab dalam data tersebut mengandung pesan menganjurkan. Kata *Ayok* yang memiliki persamaan kata *Ayo* mengandung pesan menganjurkan. Anjuran tersebut untuk memanfaatkan kesempatan. Kesempatan tersebut hanya berlaku untuk warga negara Indonesia yang mempunyai hak pilih mencoblos atau sudah berusia 17 tahun keatas.

Hasil analisis dengan cara mengaitkan hasil temuan-temuan wacana tersebut dengan KI dan KD yang ada dalam kurikulum. Dalam hal ini hasil temuan dikaitkan terhadap pengembangan bahan ajar siswa SMP kelas VIII KD 3.13 dan 3.14 yaitu mengidentifikasi jenis saran, ajakan, arahan, dan pertimbangan tentang berbagai hal positif atas permasalahan aktual teks persuasi (lingkungan hidup, kondisi sosial, atau keragaman budaya) yang didengar dan dibaca. Selain itu, juga terdapat pada KD 4.13 dan 4.14 yaitu menyimpulkan isi saran, ajakan, arahan, pertimbangan tentang berbagai hal positif permasalahan aktual teks persuasi yang dibaca dan didengar. Wacana persuasi dalam spanduk Pilpres direlevansikan terhadap pengembangan bahan ajar bahasa Indonesia berupa *handout.*

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut.Pertama, berdasarkan hasil penelitian mengenai diksi yang berdaya persuasif dalam spanduk pilpres, dan pemanfaatan daya persuasif dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di tingkat SMP kelas VIII semester 2. Kedua, isi pesan keseluruhan dari seluruh data yang telah terkumpul adalah isi pesan yang bersifat penegasan, suruhan/ perintah, saran, dan ajakan.Dapat disimpulkan bahwa dalam spanduk pilpres mengandung isi pesan wacana persuasi yang bernekaragam.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, Dewi Pratiwi Putri. 2012. “Penggunaan Media Sosial dalam Pemenangan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama pada pilkada DKI Jakarta 2012 (Studi atas Marketing Politik di Facebook dan Twitter)”.Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Aditya, Eric, dkk. 2018. “Komunikasi Persuasif dalam Iklan Politik Pilkada Pasangan Cagub dan Cawagub melalui Media Facebook”, *Jurnal e-Komunikasi*, 6 (2): 1-12.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=KOMUNIKASI+persuasif+dalam+iklan+politik+pilkada+pasangan+cagub+dan+cawagub+melalui+media+facebook&btnG=

Ali, Hamdan, dkk. 2018. *"Pemarkah Persuasif pada Bahasa Media Publikasi Bakal Calon Gubernur Riau Periode 2018-2023". Jurnal JOM FKIP*, 5 (2): 1-9.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pemarkah+persuasif+pada+bahsa+media+publikasi+bakal+calon+gubernur+riau+periode+2018-2023&btnG=

Amelia, Witra, dkk. 2019. "Performa Komunikasi Politik dalam Tuturan Persuasif Surya Paloh". *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 15 (1): 36-44.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Performa+Komunikasi+Politik+dalam+Tuturan+Persuasif+Surya+Paloh%E2%80%9D.+Jurnal+Bahasa%2C+Sastra%2C+dan+Pengajarannya&btnG=

Baryadi, Pratomo. 2002. "Dasar-Dasar Analisis Wacana dalam Ilmu Bahasa". Jogja: Pustaka Gondo Suli.

Damayanti, Rini. 2015. "Hiperealitas Wacana Persuasif Ilkan Kartu Telepon Seluler". *Jurnal Buana Bastra*, 3 (1):73-91.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=hiperealitas+Wacana+Persuasif+Ilkan+Kartu+Telepon+Seluler&btnG=

Dyah, Retno, dkk. 2009. "Analisis Isi (Content) Blog sebagai Media Kampanye Calon Anggota Legislatif (Caleg) pada Pemilu Legislatif 2009. Jurnal Upnyk, ISSN 1979-2328 : 16-25.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Isi+%28Content%29+Blog+sebagai+Media+Kampanye+Calon+Anggota+Legislatif+%28Caleg%29+pada+Pemilu+Legislatif+2009&btnG=

Hadi Saputra, Sueb. 2014. "Bahasa Pidato Kampanye Kajian Analisis Wacana Kritis". *Jurnal Bastra*, 1 (2): 141-150.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Bahasa+Pidato+Kampanye+Kajian+Analisis+Wacana+Kritis&btnG=

Hardini, Isriani. 2014. "Analisis Pragmatik dalam Wacana Kampanye Politik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah Periode 2013-2018". *Jurnal Penelitian*, 11 (2): 301-316.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Pragmatik+dalam+Wacana+Kampanye+Politik+Pemilihan+Gubernur+dan+Wakil+Gubernur+Jawa+Tengah+Periode+2013-2018&btnG=

Keraf, Gorys. 2010. Diksi dan Gaya Bahasa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kridalaksana, Harimurti. 2008. Kamus Linguistik Edisi Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Latifah, Choiri, dkk. 2016. "Penggunaan Diksi dalam Karangan Berita Siswa Sekolah Menengah Pertama". *Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, 4 (1) : 84-101.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=enggunaan+Diksi+dalam+Karangan+Berita+Siswa+Sekolah+Menengah+Pertama&btnG=

Liusi, Siti Ainim. 2016. "Analisis Kalimat Berdasarkan Pola Kalimat Dasar dan Kalkulus Predikat". *Jurnal Adabiyyat*, 15 (2) : 157-175.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Kalimat+Berdasarkan+Pola+Kalimat+Dasar+dan+Kalkulus+Predikat&btnG=

Polani, Dika Assyifa. 2019. "Komunikasi Persuasif Aksi Cepat Tanggap (ACT) Regional Riau dalam Membantu Korban Bencana Alam di Indonesia melalui Kegiatan Penggalangan Bantuan". *Jurnal JOM FISIP*, 6 (1): 1-12.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Komunikasi+Persuasif+Aksi+Cepat+Tanggap+%28ACT%29+Regional+Riau+dalam+Membantu+Korban+Bencana+Alam+di+Indonesia+melalui+Kegiatan+Penggalangan+Bantuan&btnG=

Pranowo. 1996. "Analisis Pengajaran Bahasa". Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Razak, Abdul. 1995. "Kalimat Efektif Struktur, Gaya, dan Variasi". Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Redyta Septiani 2014. "Analisis Wacana Isi Pesan Iklan Politik Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta Di Media Internet". *Jurnal The Messeger*, 6 (1): 56-65.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Wacana+Isi+Pesan+Iklan+Politik+Pemilihan+Kepala+Daerah+DKI+Jakarta+Di+Media+Internet&btnG=

Siboro, Hotlan, dkk. 2018. "Variasi Bahasa dalam Kolom Mela Komentar Surat Kabar rakyat Bengkulu". *Jurnal Ilmiah Korpus*, 2 (1) : 35-44.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Variasi+Bahasa+dalam+Kolom+Mela+Komentar+Surat+Kabar+rakyat+Bengkulu&btnG=

Sudaryanto. 2015. "Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa". Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.

Sumarlan, dkk. 2003. "Teori dan Praktik Analisis Wacana". Surakarta: Pustaka Cakra.

Yusup, Rizky Aziz, Mubarok, dkk. 2018. “Analisis penggunaan dan Makna Diksi yang Terdapat pada Lirik lagu “Resah” Payung Teduh ”. *Jurnal Pendidikan bahasa dan Sastra Indonesia*, 1 (6) : 971-976.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+penggunaan+dan+Makna+Diksi+yang+Terdapat+pada+Lirik+lagu+%E2%80%9CResah%E2%80%9D+Payung+Teduh&btnG=