

**ANALISIS VARIASI KALIMAT DAN TEKNIK PERSUASIF
DALAM KAMPANYE PILKADA TINGKAT I TAHUN 2018
MELALUI MEDIA SPANDUK**

Yusuf Olang

Yudita Susanti

Ardi Irawan

STKIP Persada Khatulistiwa Sintang

e-mail: yusufolang@gmail.com; yuditatusanti@yahoo.co.id; ardi.irawan64@yahoo.com,

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan variasi kalimat dan teknik persuasif dalam kampanye PILKADA tingkat I tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Subjek dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Objek penelitian ini adalah analisis kalimat dalam spanduk kampanye PILKADA tahun 2018. Hasil Penelitian tentang variasi kalimat dalam Kampanye PILKADA Tingkat I Tahun 2018 Melalui Media Spanduk yaitu yang pertama penelitian yang termasuk dalam kalimat berita yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 9 kalimat, yang kedua penelitian berikutnya yang termasuk dalam kalimat perintah yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 10 kalimat, dan yang ketiga selanjutnya penelitian yang termasuk dalam kalimat seru yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 44 kalimat. Sedangkan Penelitian tentang teknik persuasif dalam Kampanye PILKADA Tingkat I Tahun 2018 Melalui Media Spanduk. Adapun beberapa rincian yang terkandung dalam teknik persuasif yaitu yang pertama penelitian berikutnya yang termasuk dalam rasionalisasi yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 17 kalimat, yang kedua penelitian yang termasuk ke dalam identifikasi yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 16 kalimat, yang ketiga penelitian yang termasuk ke dalam sugesti yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 25 kalimat, yang ke empat penelitian yang termasuk dalam konformitas yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 1 spanduk, dan yang ke lima penelitian yang termasuk dalam substitusi yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 1 kalimat.

Kata Kunci: kalimat, persuasif, kampanye, spanduk

***THE ANALYSIS OF SENTENCES AND PERSUASIVE TECHNIQUE VARIATION
IN THE ELECTION CAMPAIGN OF PROVINCIAL REGIONAL OF 2018
THROUGH THE BANNER MEDIA***

Abstract: The purpose this research was to describe sentence variations and persuasive techniques in the 2018 level I PILKADA campaign. This research used descriptive qualitative methods. The form this research is descriptive qualitative, data collected is in the form words, images, and not numbers. Subjects in this research were the researchers themselves. Object this research is the analysis sentences in the banner 2018 PILKADA campaign. Research Results on sentence variations in the 2018 Level I PILKADA Campaign through Banner Media that is, the first research included in the analyzed sentence is found in 9 sentences, the second subsequent research included in the analyzed sentence was found in 10 sentences, and the third research included in the exclamation sentence which was analyzed was found in 44 sentences. While the research on persuasive techniques in the 2018 Level I PILKADA Campaign through Banner Media. As for some the details contained in the persuasive technique, the first subsequent research included in the rationalization analyzed was found in 17 sentences, second research included in the analyzed analysis found 16 sentences, which three research included in the analyzed suggestions were found in 25 sentences, the four research included in the analyzed conformity were found in 1 sentences, and the five research included in the analyzed substitution were found in 1 sentences.

Keywords: sentences, persuasive, campaigns, banners

A. PENDAHULUAN

Variasi adalah tindakan, keadaan, atau hasil perubahan dari keadaan semula, selain itu juga berarti sebagai bentuk rupa yang lain. Ada banyak sekali jenis kalimat, akan tetapi dalam kajian ini hanya dibatasi pembahasannya tentang kalimat tanya, berita, perintah dan seru yang terdapat dalam spanduk kampanye pilkada tahun 2018.

Spanduk dipilih karena hampir semua partai menggunakan spanduk sebagai alat untuk berkampanye. Spanduk memiliki keistimewaan tersendiri untuk diteliti. Adapun keistimewaan itu antara lain adalah jumlah spanduk yang banyak dan beragam, kalimat yang terdapat dalam spanduk tertulis jelas, dan sebagai alat untuk berkampanye spanduk mudah untuk didapatkan. Spanduk dinilai cukup efektif sebagai media untuk berkampanye karena dapat menyampaikan bermacam-macam informasi dan mudah dilihat masyarakat luas. Calon pilkada dapat memasang foto, nama lengkap, gelar, nomor urut dan informasi lainnya dalam spanduk untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005: 1086) dalam jurnal skripsi Kurniawan (2010: 4) dijelaskan bahwa spanduk adalah kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Hal tersebut terlihat dengan banyaknya spanduk yang terpasang hampir di setiap persimpangan dan sepanjang jalan di kota, mulai dari jalan-jalan utama sampai ke gang-gang sempit di pemukiman warga, semuanya terpasang spanduk. Setiap calon pilkada memiliki pikiran dan kreativitas yang berbeda-beda. Oleh karena itu, spanduk masing-masing calon pilkada berbeda-beda pula. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari segi pola variasi kalimat dan teknik persuasif yang digunakan maupun yang disampaikan.

Spanduk merupakan sebuah wacana, dimana spanduk termasuk wacana persuasif yang mempengaruhi pembaca. Kembali kepada tujuan dari spanduk adalah persuasif maka komunikasi persuasif terjadi apabila pesan spanduk dibuat semenarik mungkin sehingga dapat memiliki pengaruh yang dapat diperhitungkan oleh sikap dan perilaku pembaca yang menjadi sasaran spanduk tersebut. Teknik persuasif yang digunakan dalam bahasa spanduk adalah rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, dan penggantian Keraf (1994 : 124) dalam jurnal skripsi Nugroho (2015: 3).

Penelitian ini membahas tentang kampanye pilkada tingkat satu tahun 2018, di mana penelitian tersebut yaitu pilkada calon gubernur dan wakil gubernur 2018. Masih ada 17 (tujuh belas) provinsi yang akan melaksanakan pemilu pilkada pemilihan calon gubernur dan wakil gubernur. Pilkada tersebut terletak sebagai berikut yaitu Sumatra Utara, Riau, Sumatra Selatan, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Maluku Utara, Maluku, dan Papua.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti tertarik untuk mengkaji variasi kalimat dan teknik persuasif pada spanduk kampanye pilkada tahun

2018. Adapun judul penelitian ini adalah “Analisis Variasi Kalimat dan Teknik Persuasif dalam Kampanye PILKADA Tingkat I Tahun 2018 Melalui Media Spanduk”.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka Moleong (2004: 11) dalam jurnal skripsi Lestari (2016: 187). Metode deskriptif adalah metode yang bertujuan membuat deskripsi, maksudnya membuat gambaran atau melukiskan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai data, sifat-sifat serta hubungan fenomena-fenomena yang diteliti. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan tentang sifat individu, keadaan, gejala dari kelompok tertentu yang dapat diamati (Moleong, 1994: 6) dalam jurnal Kusno (2015: 43). Dapat disimpulkan dari penjelasan di atas deskriptif kualitatif yaitu metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek secara sistematis, faktual, dan akurat dalam mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka, yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis.

Menurut Pujileksono (2015: 14) penelitian Non-interaktif: penelitian ini dilakukan dengan menganalisis data sekunder atau data dalam bentuk laporan, teks, atau artefak yang tidak melibatkan informan/partisipan sebagai pemberi data langsung. Jenis penelitian non-interaktif diantaranya analisis teks, analisis sejarah. Berdasarkan pengertian di atas maka bentuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian yang dilakukan dengan menganalisis data sekunder atau dalam bentuk laporan, teks, atau artefak.

Sumber data merupakan benda, hal atau orang tempat penelitian mengamati, membaca, atau bertanya tentang data (Arikunto, 2010: 88). Dapat disimpulkan sumber data yaitu data yang berupa benda, hal atau orang tempat penelitian dalam proses mengamati, membaca maupun bertanya.

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut, Suryabrata (2015: 39) data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas-petugasnya) dari sumber pertamanya. Di samping data primer, terdapat data sekunder, yang seringkali juga diperlukan oleh peneliti. Data sekunder itu biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen, misalnya data mengenai keadaan demografis suatu daerah, data mengenai produktivitas suatu perguruan tinggi, data mengenai persediaan pangan disuatu daerah dan sebagainya. Penelitian ini peneliti tidak menggunakan data primer tetapi menggunakan data sekunder dimana peneliti mendapatkan data tersebut melalui bentuk dokumen-dokumen ataupun laporan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kalimat-kalimat kampanye PILKADA tahun 2018 yang terdapat di spanduk. Peneliti mendapatkan sumber data

atau kalimat tersebut melalui gambar-gambar atau foto spanduk yang ada di dalam internet.

Subjek penelitian merupakan benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan (Arikunto, 2010: 88). Subjek dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Karena peneliti terlibat secara langsung dalam penelitian, peneliti yang menemukan permasalahan dan peneliti juga yang menyelesaikan masalah dalam penelitian, pusat utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri.

Objek penelitian ini adalah analisis kalimat dalam spanduk kampanye pilkada tahun 2018. Alasan memilih objek penelitian ini karena penulis ingin mengetahui kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye PILKADA tingkat I tahun 2018.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak. Metode simak, yaitu peneliti merupakan kunci utama untuk melakukan penyimakan terhadap data yang berupa data tertulis. Penyimakan dilakukan dengan cemat, terarah, dan teliti.

Teknik catat adalah teknik lanjutan yang dilakukan ketika menerapkan metode simak dengan teknik lanjutan di atas (Mahsun, 2005: 93) dalam jurnal skripsi Andreas (2017: 4). Teknik catat dilakukan dengan cara mencatat peristiwa yang dijadikan bahan untuk membahas permasalahan yang telah ditentukan. Teknik catat dalam penelitian ini digunakan untuk mencatat hasil menyimak wacana spanduk tersebut.

Menurut Sugiyono (2015: 240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar, hidup, sketsa dan lain-lain.

Hasil dari penelitian dicatat dalam kartu data sebagai perangkat keras, kartu data ini berfungsi untuk mencatat dan mengidentifikasi suatu data (Kurniawati, 2012: 4) dalam skripsi Wandira (2017: 47) Kartu data digunakan pada saat pengumpulan data pada spanduk kampanye pilkada tingkat I tahun 2018.

Dalam upaya mendapatkan keabsahan data penelitian, perlu dilakukan pengecekan terhadap data yang ditemukan. Pengecekan data dalam penelitian ini ditempuh melalui ketekunan dengan melakukan pengamatan. Menurut (Moleong, 2006: 239) dalam jurnal skripsi Nugroho (2015: 33-34), ketekunan pengamatan bermaksud untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang berupa teknik deskriptif kualitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan dan agih. Metode padan adalah metode analisis data yang alat penentunya berada

di luar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan atau diteliti, (Sudaryanto, 1993: 13) dalam jurnal skripsi Nugroho (2015: 31-32).

Metode agih adalah metode analisis bahasa yang alat penentunya bagian dari bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto, 1993: 15) dalam jurnal skripsi Nugroho (2015: 32). Alat penentu dalam rangka kerja metode agih selalu berupa bagian atau unsur dari bahasa atau objek sasaran penelitian itu sendiri, seperti kata, fungsi sintaksis, klausa, silabe kata, titik nada dan lain-lain. Metode agih dipergunakan untuk menganalisis hal-hal yang mengenai bagian dari bahasa yang bersangkutan.

C. PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan menggunakan analisis variasi kalimat dan teknik persuasif dalam spanduk kampanye PILKADA tingkat I tahun 2018 dalam 17 provinsi yang ada di Indonesia. Variasi kalimat terdiri dari berbagai macam tindakan atau jenis dari kalimat, misalnya kalimat berita (deklaratif), kalimat tanya (interogatif), kalimat perintah (imperatif), dan kalimat seru (eksklamatif). Sedangkan teknik persuasif terdiri dari beberapa teknik yaitu rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian (displacement) atau substitusi, dan proyeksi. Dari penjelasan di atas, peneliti mendapatkan data tersebut melalui spanduk kampanye PILKADA tingkat I tahun 2018. Data tersebut ditemukan melalui gambar-gambar atau foto spanduk yang ada di dalam internet. Penelitian ini dilakukan melalui metode deskriptif kualitatif. Proses teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode simak, catat dan dokumentasi. Data yang ada dalam penelitian ini akan dikelompokkan kemudian dianalisis.

Kalimat berita (deklaratif) adalah kalimat yang dipakai oleh penutur untuk menyatakan suatu berita kepada mitra berbahasanya. Dalam kalimat berita yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 9 kalimat. Berikut adalah salah satu dari kalimat berita.

“MEMBANGUN DESA MENATA KOTA”

Data pada kalimat nomor (1) ini termasuk ke dalam kalimat berita. Dalam kalimat ini ada sebuah pernyataan, hal ini ditunjukkan pada kalimat MEMBANGUN DESA MENATA KOTA. Pernyataan tersebut mengandung makna bahwa pasangan Milthon Crosbhy dan H. Boyman ingin memberitahukan bahwa mereka akan membangun desa dan menata kota. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan kalimat di atas merupakan kalimat berita, yaitu penutur ingin menyatakan atau memberitahukan suatu berita atau informasi kepada mitra berbahasanya.

Kalimat perintah (imperatif) dipakai jika penutur ingin menyuruh atau melarang orang berbuat sesuatu. Dalam kalimat perintah yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 10 kalimat. Berikut adalah salah satu dari kalimat perintah.

“Mohon Doa & Dukungan !”

Kalimat di atas merupakan kalimat perintah. Hal ini ditunjukkan pada kalimat Mohon Doa & Dukungan !. Kalimat tersebut mengandung sebuah ajakan dan kalimat ini

diakhiri dengan tanda seru, bahwa dr. Karolin Margret Natasa memohon sebuah doa dan dukungan terhadap masyarakat.. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan kalimat yang berisi perintah dan perlu diberi reaksi berupa tindakan.

Kalimat seruan (interjektif), yakni kalimat yang menyatakan ungkapan perasaan. Dalam kalimat seru yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 44 kalimat. Berikut adalah salah satu dari kalimat seru.

“MIDJI-NORSAN UNTUK SEMUA KALBAR BARU, Maju & Sejahtera !”

Kalimat di atas merupakan kalimat seru. Hal ini ditunjukkan pada kalimat “MIDJI-NORSAN UNTUK SEMUA KALBAR BARU, Maju & Sejahtera !” dan tanda seru di akhir kalimat. Kalimat tersebut terdapat sebuah seruan, bahwa pasangan dari Midji dan Norsan menyerukan mereka untuk semua masyarakat Kalimantan Barat di era yang baru, maju dan sejahtera. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan, kalimat seru merupakan kalimat yang dipakai oleh penutur untuk mengungkapkan perasaan emosi yang kuat, dimana kalimat di atas berintonasi naik.

Rasionalisasi adalah teknik persuasif dapat dibatasi sebagai suatu proses penggunaan akal untuk memberikan suatu dasar pembenaran kepada suatu persoalan, dasar atau alasan itu tidak merupakan sebab langsung dari masalah itu. Dalam rasionalisasi yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 17 spanduk. Berikut adalah salah satu dari rasionalisasi.

“MIDJI-NORSAN UNTUK SEMUA KALBAR BARU, Maju & Sejahtera !”

Kalimat di atas merupakan rasionalisasi. Hal ini ditunjukkan pada kalimat MIDJI-NORSAN UNTUK SEMUA KALBAR BARU, Maju & Sejahtera !. Kalimat tersebut mengajak pembaca untuk berpikir hingga akhirnya akan menentukan kebenaran dan menyetujui pendapat itu, yaitu pasangan dari Midji dan Norsan mengajak warga berpikir bahwa pasangan Midji dan Norsan untuk semua Kalbar yang baru dan jika mereka terpilih maka Kalbar akan maju dan sejahtera. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan merupakan proses penggunaan akal untuk memberikan suatu dasar pembenaran kepada suatu persoalan, dasar atau alasan itu tidak merupakan sebab langsung dari masalah itu.

Identifikasi adalah persuasif berusaha menghadirkan situasi konflik dan sikap ragu-ragu, maka pembicara atau penulis harus menganalisa hadirin atau pembacanya dan seluruh situasi yang dihadapinya dengan seksama. Dalam identifikasi yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 16 spanduk. Berikut adalah salah satu dari identifikasi.

“PASANGAN NASIONALIS”

Kalimat di atas merupakan identifikasi. Hal ini ditunjukkan pada kata PASANGAN NASIONALIS. Hal ini ditandai dengan adanya sebuah identitas yang diidentifikasi, yaitu kata dari pasangan nasionalis merupakan identitas dari pasangan Milthon Crosbhy dan H. Boyman Harun. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan Kalimat di atas merupakan adanya identitas yang diidentifikasi sebagai pembaca atau rakyat kebanyakan.

Sugesti adalah suatu usaha membujuk atau mempengaruhi orang lain untuk menerima suatu keyakinan atau pendirian tanpa memberi suatu dasar kepercayaan yang

logis pada orang yang ingin dipengaruhi. Dalam sugesti yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 16 spanduk. Berikut adalah salah satu dari sugesti.

“Mohon Doa & Dukungan !”

Kalimat di atas merupakan sugesti. Hal ini ditunjukkan pada kalimat Mohon Doa & Dukungan !. Hal ini ditandai dengan adanya suatu usaha mensugesti, yaitu Dr. Karolin Margret Natasa berusaha membujuk atau mempengaruhi warganya bahwa beliau memohon doa dan dukungan dari rakyat. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan merupakan suatu usaha membujuk atau mempengaruhi orang lain untuk menerima suatu keyakinan atau pendirian tanpa memberi suatu dasar kepercayaan yang logis pada orang yang ingin dipengaruhi.

Konformitas adalah suatu keinginan atau tindakan untuk membuat diri serupa dengan sesuatu yang lain. Konformitas adalah suatu mekanisme mental untuk menyesuaikan diri atau mencocokkan diri dengan sesuatu yang diinginkan itu. Dalam konformitas yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 1 spanduk. Berikut adalah salah satu dari konformitas.

“Dari kita untuk kita, bersama membangun Jawa Timur Tercinta”

Kalimat di atas merupakan konformitas. Hal ini ditunjukkan pada kalimat Dari kita untuk kita. Hal ini ditandai dengan adanya membuat diri serupa dengan sesuatu yang lain, yaitu Pasangan dari Khofifah Indar Parawansa-Emil Elestianto Dardak ini berusaha menyesuaikan diri misalnya dari kita kemudian dengan sesuatu diri yang serupa diinginkan yaitu untuk kita. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas dari pembicara memperlihatkan bahwa mampu berbuat dan bertindak sebagai para hadirin dan suatu keinginan atau tindakan untuk membuat diri serupa dengan sesuatu yang lain.

Substitusi adalah suatu proses yang berusaha menggantikan suatu maksud atau hal yang mengalami rintangan dan suatu maksud hal lain yang sekaligus juga menggantikan emosi kebencian, asli, atau kadang-kadang emosi cinta kasih yang asli. Dalam substitusi yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 1 spanduk. Berikut adalah salah satu dari substitusi.

“Maluku Baru Gubernur Baru MURAD Ismail-BARNABAS Orno”

kalimat di atas merupakan Substitusi. Hal ini ditunjukkan pada kalimat Maluku Baru Gubernur Baru. Hal ini ditandai dengan adanya suatu pergantian, yaitu proses dari kata Maluku baru kemudian dilanjutkan dengan Gubernur baru merupakan proses pergantian bahwa Murad Ismai merupakan Gubernur baru. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan merupakan proses yang berusaha menggantikan suatu maksud atau hal, dimana pembicara atau penulis berusaha meyakinkan hadirin atau pembaca untuk mengalihkan suatu obyek atau tujuan tertentu kepada suatu tujuan lain.

Proyeksi adalah suatu teknik untuk mengubah sesuatu yang tadinya adalah subyek menjadi obyek. Dalam proyeksi yang telah dianalisis ditemukan sebanyak 2 spanduk. Berikut adalah salah satu dari proyeksi.

“NTB untuk Semua”

kalimat di atas merupakan proyeksi. Hal ini ditunjukkan pada kalimat NTB untuk Semua. Hal ini ditandai dengan adanya subyek menjadi obyek, yaitu NTB untuk semua, bahwa dari kata semua yang seharusnya adalah subyek digantikan menjadi sebuah obyek. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa suatu teknik untuk mengubah sesuatu yang tadinya adalah subyek menjadi obyek.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka didapatkan beberapa kesimpulan. Variasi kalimat yang ada di dalam spanduk kampanye PILKADA tingkat I tahun 2018 yaitu kalimat berita, kalimat seru, dan kalimat perintah. Telah ditemukan dalam penelitian yaitu kalimat berita sebanyak 9, kalimat seru sebanyak 44 dan sedangkan kalimat perintah sebanyak 10.

Teknik persuasif yang ada di dalam spanduk kampanye PILKADA tingkat I tahun 2018 yaitu rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, substitusi dan proyeksi. Untuk rincian datanya yaitu 17 kalimat menggunakan rasionalisasi, 16 kalimat yang menggunakan identifikasi, 25 kalimat menggunakan sugesti, 1 kalimat menggunakan konformitas, 0 untuk kompensasi, 1 kalimat menggunakan substitusi dan 2 kalimat menggunakan proyeksi.

Peneliti berharap bahwa penelitian tentang variasi kalimat dan penggunaan teknik persuasif dalam kampanye PILKADA tingkat I tahun 2018 melalui media spanduk ini bisa menjadi referensi baru dalam perkembangan bahasa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Riski. 2017. “Analisis Wacana Persuasif Dalam Spanduk yang Terdapat di Wilayah Wonogori”. *Electronic These and Dissertations Universitas Muhamadiyah Surakarta*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/50343> (13 Agustus 2018)
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Kusno, Ali. 2015. “Makna Bahasa Propaganda dalam Wacana (Spanduk dan Baliho) Tuntutan Otonomi Khusus Provinsi Kalimantan Timur. *Parole*. Volume 5 No. 1 Hal 40-49
- Lestari, Sri dkk. 2016. “Analisis Unsur Instrinsik dan Ekstrinsik Pada Kumpulan Cerpen Pilihan Kompas 2014 Serta Relevansinya Sebagai Materi Pembelajaran Sastra di Sekolah Menengah Atas”. *BASASTRA Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*. Volume 4 No. 1 Hal 183-202 (6 Mei 2018).
- Nugroho, Angga. 2014. “Analisis Variasi Kalimat dan Penggunaan Teknik Persuasif dalam Spanduk Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden Republik

Indonesia Tahun 2014”. *ePrints@UNY lumbung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta*. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/26781> (6 Maret 2018).

Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Instans Publishing.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sulistyaningtyas, Tri. 2009. “Bahasa Indonesia dalam Wacana Propaganda Politik Kampanye Pemilu 2009 Satu Kajian Sosiopragmatik”. *Jurnal Sositologi Insitut Teknologi Bandung*. Volume 8 No. 17. Hal 637-645.

Suryabrata, Sumadi. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.