

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Penelitian Relevan

Penelitian yang membahas tentang teks slogan pernah dilakukan sebelumnya. Peneliti meninjau satu penelitian untuk menentukan perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan oleh Desi Indah Lestari pada tahun 2012 dan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Apriliani pada tahun 2019. Perbedaan dan persamaan pada penelitian sebelumnya dijabarkan di bawah ini:

##### 1. Pembelajaran Menulis Slogan dan Poster pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 22 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2012/2013

Penelitian yang dilakukan oleh *Desi Indah Lestari* bertujuan untuk mendeskripsikan makna teks slogan dalam makna pragmatik imperatif pada beberapa slogan yang dibuat oleh siswa. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Indah Lestari termasuk jenis penelitian deskriptif. Data dalam penelitian berupa kata dan frasa dalam slogan yang dibuat oleh siswa, sedangkan untuk sumber data penelitian berupa beberapa teks slogan yang dibuat oleh siswa. Tahap penyediaan data pada penelitian yang dilakukan oleh Desi Indah Lestari menggunakan teknik simak, baca, dan catat. Tahap analisis data menggunakan metode padan. Tahap penyajian hasil analisis data penelitian menggunakan metode penyajian formal.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang adalah sama-sama melakukan penelitian tentang makna pada teks slogan. Namun, penelitian terdahulu makna slogan dan poster yang dibuat oleh siswa. Penelitian sekarang membahas tentang analisis teks slogan bertema pandemi covid-19 yang dibuat oleh siswa. Data yang digunakan dalam penelitian sekarang ini berupa kalimat atau tuturan yang mengandung wujud. Sumber data yang digunakan dalam penelitian sekarang berupa teks slogan bertema pandemi covid-19 yang dibuat oleh siswa SMP Negeri 2 Kalimantan. Tahap penyediaan data pada penelitian sekarang menggunakan metode pengamatan, dokumentasi, sadap, dan catat. Keabsahan data menggunakan triangulasi teknik. Tahap analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan alat penentunya mitra wicara berupa siswa dan peneliti. Tahap penyajian hasil analisis data menggunakan penyajian informal.

**2. Penelitian dengan judul Implikatur Bernuansa Pembentukan Karakter pada Slogan Pendidikan serta Kebermanfaatannya dalam Pembelajaran Teks Slogan di Sekolah Menengah Pertama (SMP).**

Penelitian yang dilakukan oleh *Nurul Apriliani* bertujuan untuk melakukan penelitian tentang implikatur bernuansa pembentukan karakter dalam slogan pendidikan dikaitkan ke kebermanfaatannya terhadap pembelajaran teks slogan yang diajarkan di Kelas VIII SMP. Data yang digunakan dalam penelitian berupa kalimat atau tuturan yang mengandung implikatur dan nilai karakter. Sumber data yang digunakan dalam penelitian berupa slogan pendidikan yang didapatkan dari

berbagai lingkup pendidikan di wilayah Banyumas. Tahap penyediaan data pada penelitian ini menggunakan metode pengamatan, dokumentasi, sadap, tulis, dan angket. Keabsahan data menggunakan triangulasi data. Tahap analisis data menggunakan metode padan pragmatis dengan alat penentu mitra wicara berupa siswa dan peneliti dengan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama melakukan penelitian kandungan slogan pendidikan. Namun, penelitian sekarang membahas tentang analisis teks slogan bertema pandemi covid-19. Penelitian tentang analisis teks slogan bertema pandemi covid-19 menyajikan Data yang digunakan dalam penelitian sekarang ini berupa kalimat atau tuturan yang mengandung wujud. Sumber data yang digunakan dalam penelitian sekarang berupa teks slogan bertema pandemi covid-19 yang disusun oleh siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kalimanah. Tahap penyediaan data pada penelitian sekarang menggunakan metode pengamatan dan , dokumentasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi teknik. Tahap analisis data menggunakan metode analisis teks dengan alat penentunya berupa teks slogan. Tahap penyajian hasil analisis data menggunakan penyajian informal.

## **B. Deskripsi Konseptual**

### **a. Analisis Teks**

#### **1. Analisis Isi**

Analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi- inferensi

yang dapat ditiru dan sah data dengan memerhatikan konteksnya. Analisis isi berhubungan dengan komunikasi atau isi komunikasi (Bungin, 2012: 163).

Dalam penelitian kualitatif, analisis isi ditekankan pada bagaimana peneliti melihat konteks isi komunikasi secara kualitatif, pada bagaimana peneliti memaknakan isi komunikasi, membaca simbol-simbol, memaknakan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi. Menggunakan metode analisis isi harus mengamati fenomena komunikasi, dengan merumuskan dengan tepat apa yang diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut.

Langkah selanjutnya adalah memilih unit analisis yang akan dikaji, memilih objek penelitian yang menjadi sasaran analisis. Apabila objek penelitian berhubungan dengan data-data verbal maka perlu disebutkan tempat, tanggal dan alat komunikasi yang bersangkutan. Namun, kalau objek penelitian berhubungan dengan pesan-pesan satu dalam suatu media, perlu dilakukan identifikasi terhadap pesan dan media yang mengantarkan pesan itu.

Ada beberapa bentuk klasifikasi dalam analisis isi (Krippendorff, 1991:34-37):

- 1) Analisis Isi Pragmatis; Di mana klasifikasi dilakukan terhadap tanda menurut sebab akibatnya yang mungkin. Misalnya, berapa kali suatu kata tertentu diucapkan yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka terhadap suatu produk.
- 2) Analisis Isi Semantik; Dilakukan untuk mengklasifikasikan tanda menurut maknanya. Terbagi dalam tiga jenis yaitu
  - a). *Analisis penunjukan*; Menggambarkan frekuensi seberapa sering

objek tertentu dirujuk.

- b). *Analisis Penyifatan*; Menggambarkan frekuensi seberapa sering karakterisasi tertentu dirujuk.
- c). *Analisis pernyataan*; Menggambarkan frekuensi seberapa sering objek tertentu dikarakteristikan secara khusus.

3) Analisis Sarana Tanda; Dilakukan untuk mengklasifikasikan isi pesan melalui sifat psikofisik dari tanda, misalnya berapa kali kata cantik muncul, kata seks muncul.

4) Analisis Sarana Tanda; Dilakukan untuk mengklasifikasikan isi pesan melalui sifat psikofisik dari tanda, misalnya berapa kali kata cantik muncul, kata seks muncul.

Secara teknik Analisis isi mencakup upaya-upaya: klasifikasi lambang-lambang yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria dalam klasifikasi dan menggunakan teknik analisis tertentu dalam membuat prediksi.

## 2. Analisis Bingkai (*Framing Analysis*)

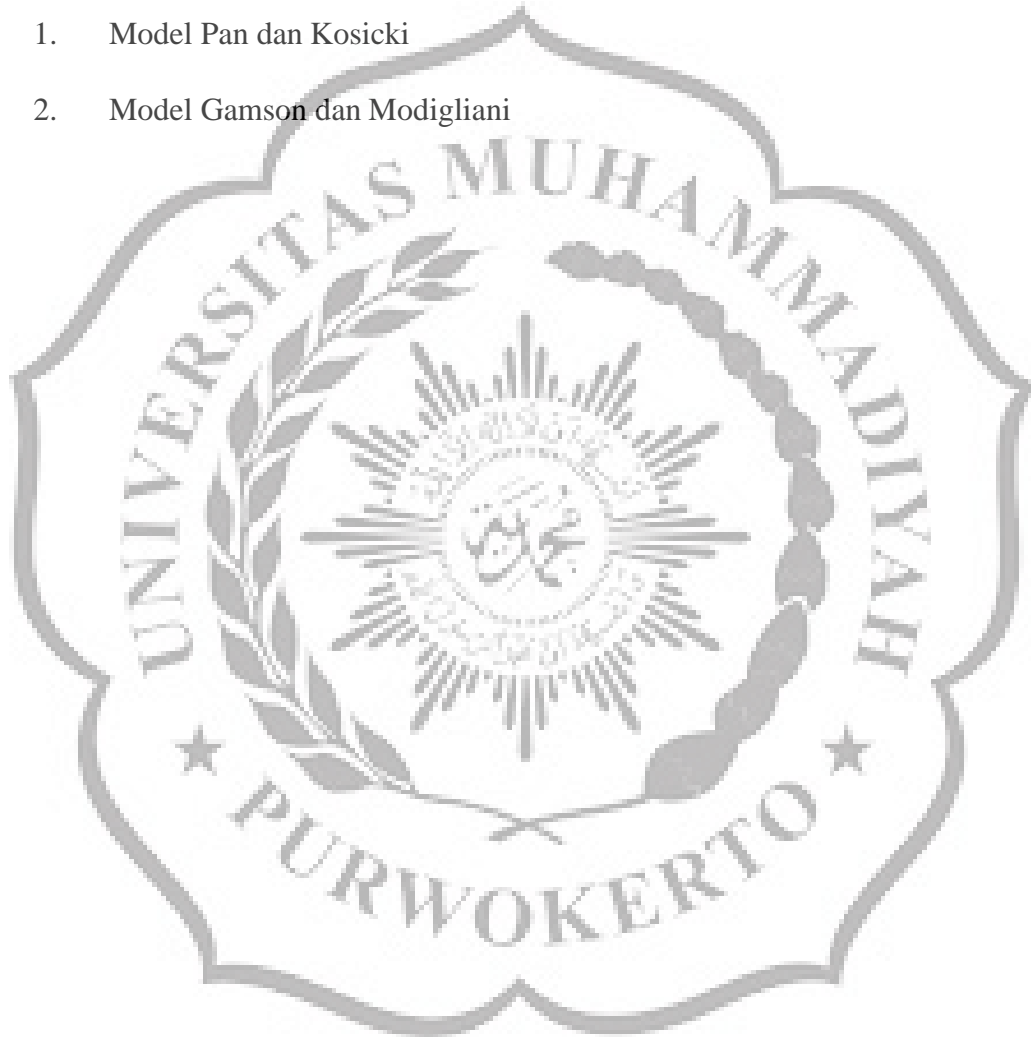
Teknik analisis bingkai adalah suatu teknik analisis data dengan melihat dan menemukan *frame* atau media *package* yaitu suatu perspektif untuk melihat sebuah perspektif yang digunakan untuk melakukan pengamatan, analisis dan interpretasi terhadap sebuah realitas sosial di masyarakat (Bungin, 2012: 167). Menurut Entman (*dalam* Sobur, 2004: 172), bahwa analisis bingkai pada pemberitaan memiliki empat cara, yaitu:

1. Mengidentifikasi masalah,

2. Mengidentifikasi penyebab masalah,
3. Melakukan evaluasi moral,
4. Melakukan saran penanggulangan masalah.

Beberapa model yang dikenal dalam analisis bingkai seperti:

1. Model Pan dan Kosicki
2. Model Gamson dan Modigliani

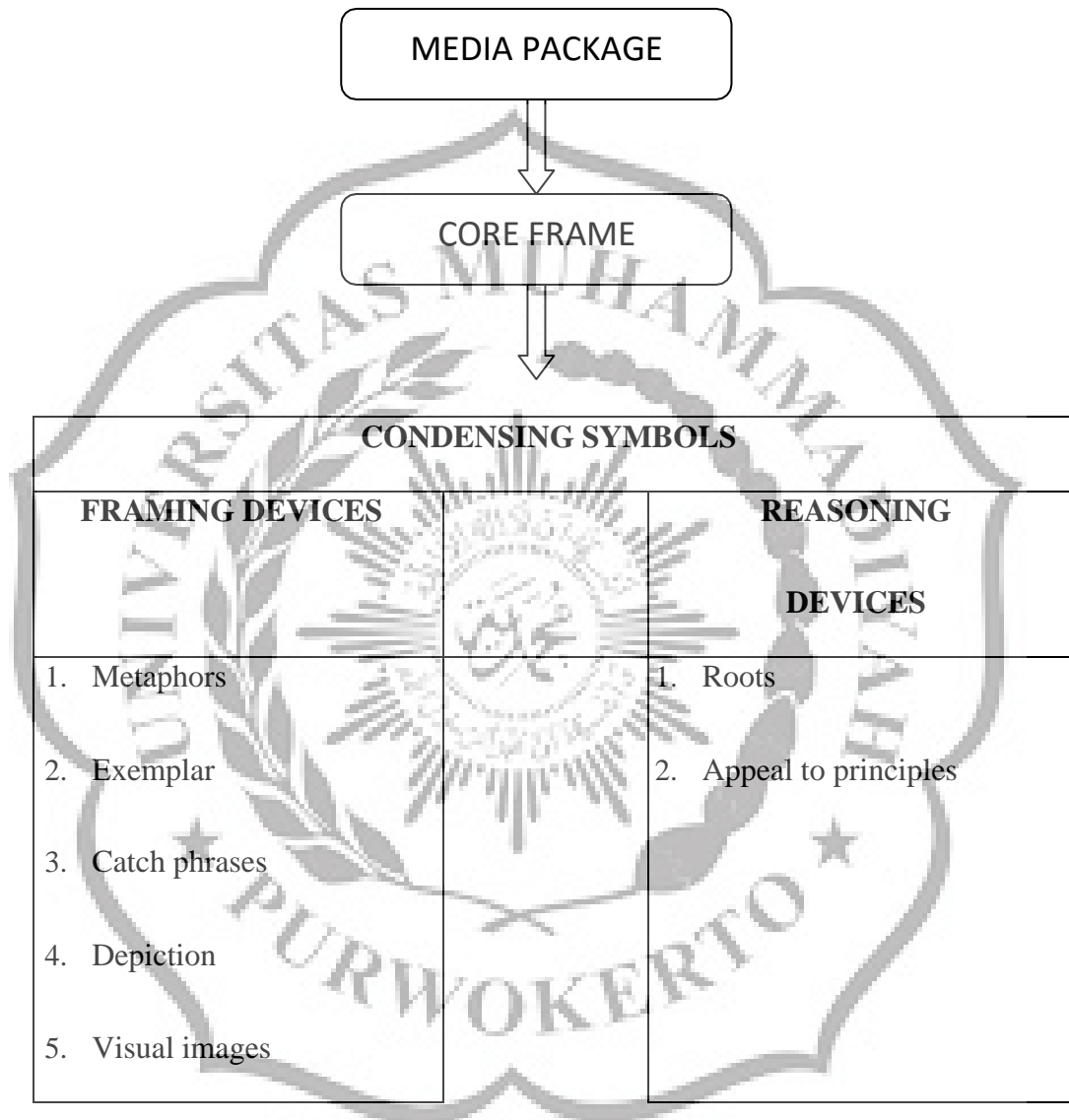


**Tabel 1. Kerangka Analisis Bingkai  
Model Pan dan Kosicki (Sobur, 2004: 176)**

<b>STRUKTUR</b>	<b>PERANGKAT FRAMING</b>	<b>UNIT YANG DIAMATI</b>
<b><i>SINTAKSIS</i></b> Cara wartawan menyusun kata	1. Skema berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
<b><i>SKRIP</i></b> Cara wartawan mengisahkan kata	2. Kelengkapan berita	5W + 1 H
<b><i>RETORIS</i></b> Cara wartawan menekankan kata	1. Detail 2. Maksud kalimat, hubungan 3. Nominalisasi antarkalimat 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi
	1. Leksikon 2. Grafis 3. Metafora 4. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

### Gambar 1. Analisis Bingkai Model Gamson dan Modigliani

(Sobur, 2004: 177)



Analisis Bingkai dengan model lain yang dikembangkan oleh William

A. Gamson dan Andre Modigliani dapat dilihat pada Gambar 1 di atas. Dedy

N. Hidayat, membuat model atau kerangka analisis *framing* lain yang diadopsi dari kerangka analisis yang digunakan Gamson dan Modigliani. Media

package terdiri dari Struktur *framing devices* yang mencakup *metaphors*, *exemplars*, *catchphrases*, *depictions*, *visual images*, menekankan aspek bagaimana melihat suatu isu dan *euphemism*. Struktur *reasoning devices* menekankan aspek pembenaran terhadap cara “melihat” isu, yakni *roots* (analisis kausal) dan *appeals to principle* (klaim moral). Secara literal, *metaphors* dipahami sebagai cara memindahkan makna dengan merelasikan dua fakta melalui analogi atau memakai kiasan. *Catch phrases*, istilah, bentukan kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pemikiran tertentu seperti jargon atau slogan. *Exemplars* mengemas fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan. *Depictions*, penggambaran fakta dengan memakai kata, istilah, kalimat konotatif agar khalayak terarah ke citra tertentu. *Visual images*, pemakaian foto, diagram, grafis, tabel, kartun dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misalnya perhatian dan penolakan, dibesarkan- dkecilkan, serta pemakaian warna.

### 3. Analisis Semiotik

Semiotik sebagai suatu model memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan ”tanda”. Dengan demikian, semiotik mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda. Umberto Eco menyebut tanda sebagai “kebohongan” (Sobur, 1999: 171), dalam tanda ada sesuatu yang tersembunyi dibalikny dan bukan merupakan tanda itu sendiri.

Fokus utama semiotika adalah tanda. Studi tentang tanda dan cara tanda-

tanda itu bekerja dinamakan semiotika. Fiske mengatakan (*dalam* Bungin, 2012: 175) bahwa semiotika mempunyai tiga bidang studi utama, yaitu:

- 1) Tanda itu sendiri,
- 2) Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda,
- 3) Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja.

Tanda dan makna memiliki konsep dasar dari semua model makna dan di mana secara luas memiliki kemiripan. Dalam pada itu, masing-masing di antaranya memerhatikan tiga unsur yang selalu ada dalam setiap kajian tentang makna. Ketiga unsur itu adalah; 1) Tanda, 2) Acuan tanda, dan 3) Pengguna tanda.

Ada dua belas macam semiotik yang dikenal yaitu (Sobur, 2004: 100):

- 1) Semiotik analitis; Menganalisis sistem tanda.
- 2) Semiotik deskriptif; Memerhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.
- 3) Semiotik fauna; Memerhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan
- 4) Semiotik kultural; Menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.
- 5) Semiotik naratif; Menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan.
- 6) Semiotik natural; Menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.
- 7) Semiotik normatif; Menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang

berwujud norma-norma.

- 8) Semiotik sosial; Menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang.
- 9) Semiotik struktural; Menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.
- 10) Semiotik konotasi; Menelaah sistem tanda dengan tidak berpegang pada makna primer, tetapi mendapatkannya melalui makna konotasi.
- 11) Semiotik ekspansionis; Menggunakan konsep yang terdapat dalam linguistik ditambah dengan konsep yang berlaku dalam psikoanalisis dan sosiologi dan aliran.
- 12) Semiotik *behavioris*; Memanfaatkan pandangan yang berlaku dalam psikologi, membahas bahasa sebagai siklus stimuli, respons yang jika ditelaah dari segi semiotik adalah persoalan sistem tanda yang berproses pada pengirim dan penerima.

Ada beberapa langkah-langkah Analisis Semiotika yang sebutkan Christomy dalam Sobur (2012: 154), yaitu:

- a. Mencari topik yang menarik perhatian,
- b. Buat pertanyaan penelitian yang menarik,
- c. Tentukan alasan dari penelitian,
- d. Rumuskan penelitian dengan mempertimbangkan tiga langkah sebelumnya,
- e. Tentukan metode pengolahan data,
- f. Klasifikasi data:

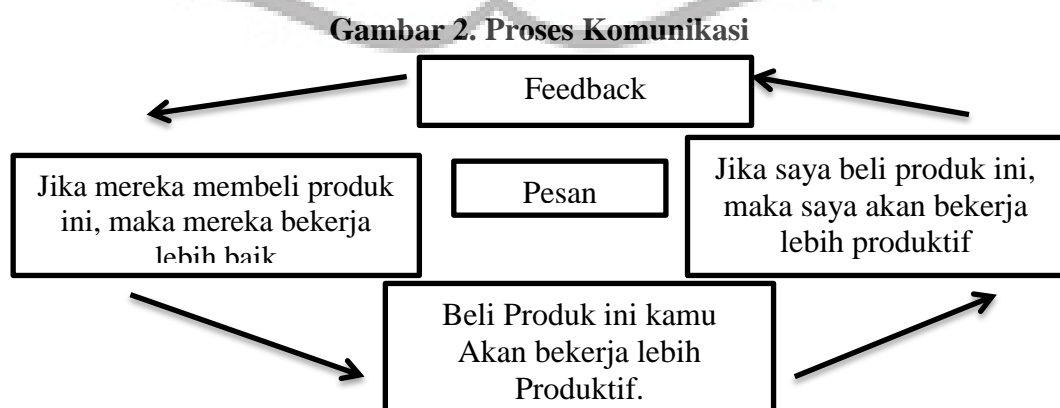
- Identifikasi teks
- Berikan alasan mengapa teks tersebut dipilih dan perlu diidentifikasi
- Tentukan pola semiotik yang umum
- Tentukan kekhasan wacananya

g. Analisis data berdasarkan:

- Ideologi, interpretan kelompok, *frame work* budaya
- Pragmatis, aspek sosial, komunikatif
- Lapis makna, intertekstualitas, kaitan dengan tanda lain, hukum yang mengaturnya
- Kamus vs Ensiklopedi

h. Kesimpulan.

Dalam konteks semiotik komunikasi, penggunaan proses komunikasi menjadi konteks dominan dalam analisisnya. Dengan demikian, apabila orang melihat atau mendengar sebuah iklan, maka dia berada dalam proses komunikasi sebagai berikut (Bovee, Courtland dan Thill *dalam* Bungin, 2012: 180).



#### 4. Analisis Konstruksi Sosial Media Massa

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial, yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi diantara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat (Berger dan Luckmann *dalam* Bungin, 2012: 183).

Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut:

##### 1) Tahap menyiapkan materi konstruksi

Ini merupakan tugas redaksi media massa. Ada beberapa hal penting dalam menyiapkan materi konstruksi sosial media massa yaitu:

- a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme
- b. Keberpihakan semu kepada masyarakat
- c. Keberpihakan kepada kepentingan umum.

##### 2) Tahap Sebaran konstruksi

Dilakukan melalui strategi media massa, konsep konkret strategi. Sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real-time*. *Real time* media elektronik seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pemirsa. Bagi media cetak, *real time* terdiri dari konsep hari, minggu atau bulan. Sebaran konstruksi juga dapat menggunakan varian media lain seperti; media luar ruang, media langsung, dan media lainnya. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah: Semua informasi harus sampai pada pemirsa atau

pembaca secepatnya berdasarkan pada agenda media.

### 3) Tahap Pembentukan Konstruksi

#### 1) Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap ini terdiri dari tahap yang berlangsung secara generik, yaitu:

- Konstruksi realitas **pembenaran**; Masyarakat cenderung membenarkan apa saja yang ada di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran.
- Kesiediaan dikonstruksi oleh media massa; Sikap generik dari tahap pertama di mana pilihan seseorang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.
- Sebagai pilihan konsumtif; Dimana seseorang secara *habit* tergantung pada media massa yang dijadikan kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan (ketergantungan).

#### 2) Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model:

- Model *good news*; Cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik.
- Model *bad news*; Cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan citra yang buruk pada objek pemberitaan.

#### 4) Tahap Konfirmasi

Tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberikan argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini seperti:

- Kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa.
- Kedekatan dengan media massa adalah *lifestyle* orang modern, menyukai popularitas.
- Kehadiran media massa merupakan sumber pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses.

#### 5) Metode Hermeneutik

Metode ini berkaitan dengan bahasa atau semua aspek kebahasaan dalam kehidupan manusia. Secara etimologis kata *hermeneutic* berasal dari bahasa Yunani *hermeneuein* yang berarti menafsirkan. Maka kata hermeneia secara harfiah dapat diartikan sebagai penafsiran atau interpretasi (Sumaryono dalam Bungin, 2012: 189).

Sejak awal kemunculannya, metode ini menunjuk pada ilmu interpretasi, khususnya prinsip-prinsip eksegeis tekstual, tetapi bidang hermeneutika telah ditafsirkan sebagai:

- Teori eksegesis Bibel
- Metodologi filologi secara umum
- Ilmu pemahaman linguistik

- Fondasi *metodologisgeisteswissenschaften*
- Fenomenologi eksistensi dan pemahaman eksistensial
- Sistem interpretasi, baik rekolektif maupun *iconoclastic* yang digunakan manusia untuk meraih makna dibalik mitos dan simbol (Richard E dalam Bungin, 2012: 190).

Cara kerja sederhana dari hermeneutika adalah bahwa metode ini melakukan penafsiran terhadap bahasa melalui penafsiran gramatikal dan psikologis. Gramatikal adalah cara bagaimana orang membahasakan suatu bahasa di mana ia melakukan pembahasan dan bagaimana ia berbahasa. Sedangkan penafsiran psikologis adalah apa yang dapat ditangkap dari makna yang terkandung dalam setiap pembahasan itu.

##### **5. Analisis Wacana dan Penafsiran Teks**

Analisis wacana merupakan salah satu cara mempelajari makna pesan sebagai alternatif lain akibat keterbatasan dari analisis isi. Secara teoritis memiliki prinsip yang hampir sama dengan beberapa pendekatan metodologis, seperti analisis struktural, pendekatan dekonstruksionisme, interaksi simbolis dan hermeneutika, yang semuanya lebih menekankan pada pengungkapan makna yang tersembunyi.

Sebenarnya, teori wacana dalam tradisi filsafat sudah sangat tua. Aristoteles pernah membahasnya secara teliti dalam karyanya *Interpretatione*. Teori wacana menjadi aktual lagi dalam diskusi filsafat kontemporer dengan munculnya strukturalisme yang berpendapat bahwa arti bahasa tidak tergantung

dari maksud pembicara atau pendengar ataupun dari referensinya pada kenyataan tertentu, arti tergantung pada struktur bahasa itu sendiri. Yang dimaksud struktur disini ialah jaringan hubungan intern elemen-elemen terkecil bahasa yang membentuk suatu kesatuan otonom yang tertutup (Kleden *dalam* Sobur, 2002:47).

Sebuah tulisan adalah sebuah wacana. Tetapi apa yang dinamakan wacana, tidak perlu hanya yang tertulis seperti diterangkan dalam kamus Websters, sebuah pidato pun adalah wacana juga. Jadi kita mengenal wacana lisan dan wacana tulis. Wacana mencakup tidak hanya percakapan atau obrolan, tetapi juga pembicaraan di tempat umum, tulisan, serta upaya- upaya formal seperti laporan ilmiah dan sandiwara atau lakon (Tarigan *dalam* Sobur, 2002:10).

Untuk dapat mengungkapkan makna, perlu dibedakan beberapa pengertian antara: 1) Terjemah, 2) Tafsir, 3) Ekstrapolasi, dan 4) Pemaknaan. Menurut Muhadjir (*dalam* Bungin, 2012: 201), terjemah merupakan upaya mengemukakan materi atau substansi yang sama dengan media yang berbeda; media tersebut mungkin berupa bahasa yang satu ke bahasa yang lain, dari verbal ke gambar dan sebagainya. Pada penafsiran tetap berpegang pada materi yang ada, dicari latar belakangnya, konteksnya agar dapat dikemukakan konsep atau gagasan lebih jelas. Ekstrapolasi lebih menekankan pada kemampuan daya pikir manusia untuk menangkap hal dibalik yang tersajikan. Sedangkan memberikan makna merupakan upaya lebih jauh dari penafsiran, dan mempunyai kesejajaran dengan ekstrapolasi. Pemaknaan lebih menuntut kemampuan integratif manusia.

## 6. Analisis Wacana Kritis

Karakter utama analisis wacana kritis adalah sebagaimana Eryanto (*dalam* Bungin, 2012:206) mengutip Teun A. Van Dijk, Fairclough dan Wodak, adalah sebagai berikut:

### 1) *Tindakan*

Wacana dipahami sebagai sebuah tindakan, dipadankan sebagai bentuk interaksi, wacana bukan berada dalam ruang tertutup dan internal. Wacana adalah sebuah tujuan untuk mempengaruhi, mendebat, membujuk, menyangga. Wacana dipahami sebagai sesuatu yang diekspresikan di luar kesadaran.

### 2) *Konteks*

Wacana dipandang sebagai sesuatu yang diproduksi, dimengerti dan dianalisis pada suatu konteks tertentu. Dalam konteks komunikasi, wacana harus juga mempertimbangkan siapa yang mengkomunikasikan sesuatu dengan siapa dan mengapa komunikasi itu dilakukan; dalam jenis khalayak apa; melalui medium apa; bagaimana perbedaan tipe komunikasi dan hubungan untuk setiap pihak.

### 3) *Historis*

Menempatkan wacana dalam konteks sosial tertentu, berarti wacana diproduksi dalam konteks tertentu dan tidak dapat dimengerti tanpa menyertakan konteks yang menyertainya. Dengan menempatkan

wacana itu dalam konteks historis tertentu.

4) *Kekuasaan*

Setiap wacana yang muncul, dalam bentuk teks, percakapan atau apapun yang dipandang sebagai sesuatu yang alamiah, wajar dan netral tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Setiap kekuasaan laki-laki dalam wacana mengenai seksisme, kekuasaan kulit putih terhadap kulit hitam dalam wacana rasialisme.

5) *Ideologi*

Eryanto mengatakan (*dalam* Bungin, 2012: 208), bahwa teori-teori klasik tentang ideology mengatakan bahwa ideologi dibangun oleh kelompok yang dominan dengan tujuan untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka. Salah satu strateginya adalah dengan membuat kesadaran kepada khalayak bahwa dominasi itu diterima secara *taken for granted*. Wacana dalam pendekatan ini dipandang sebagai medium melalui mana kelompok yang dominan mempersuasi dan mengkomunikasikan kepada khalayak produksi kekuasaan dan dominasi menganggap hal tersebut sebagai kebenaran dan kewajaran. Ideologi membuat anggota dari suatu kelompok akan bertindak dalam situasi yang sama, dapat menghubungkan masalah mereka dan memberikan kontribusi dalam membentuk solidaritas dan kohesi di dalam kelompok.

Untuk mengetahui makna yang tersembunyi dalam lambang-lambang dapat digunakan metode analisis wacana. Adapun salah satu analisis wacana yang dapat digunakan adalah model yang dikembangkan

oleh Teun A van Dijk yang dibagi dalam tiga tingkatan, yaitu: 1) *Struktur makro*; Merupakan makna global dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topic dari suatu teks; 2) *Superstruktur*; Adalah kerangka suatu teks, bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh; 3) *Struktur mikro*; Adalah makna yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, para frase yang dipakai dan lain-lain.

**Tabel 2. Struktur Wacana Van Dijk**

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	UNIT ANALISIS
Struktur makro	<p>TEMATIK</p> <p>(Apa yang dikatakan) Elemen:</p> <p>Topik/Tema</p>	Teks
Superstruktur	<p>SKEMATIS</p> <p>(Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai) Elemen: Skema</p>	Teks
Struktur Mikro	<p>SEMANTIK</p> <p>(Apa arti pendapat yang ingin disampaikan?) Elemen: Latar, detail, ilustrasi, maksud, pengandaian, penalaran</p>	Paragraf
Struktur Mikro	<p>SINTAKSIS</p> <p>(Bagaimana pendapat disampaikan?)</p>	Kalimat proposisi

	Elemen: Koherensi, nominaliasi, abstraksi, bentuk kalimat, kata ganti	
Struktur Mikro	LEKSIKON (Pilihan kata apa yang dipakai?) Elemen: Kata kunci, pemilihan kata	Kata
Struktur Mikro	RETORIS (Dengan cara apa pendapat disampaikan?) Elemen: Gaya, interaksi, ekspresi, metafora, visual image	Kalimat proposisi

### C. Keterampilan Menulis

#### 1. Pengertian Keterampilan Menulis

Salah satu keterampilan berbahasa ialah keterampilan menulis. Menulis merupakan keterampilan berbahasa yang memiliki peranan sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan keterampilan ini, seorang penulis dapat berkomunikasi secara tidak langsung kepada pembaca untuk menyampaikan pesan, gagasan, keinginan, dan perasaan yang disusun dalam bentuk lisan.

Menulis merupakan kegiatan sekaligus keterampilan menuangkan atau mengungkapkan gagasan atau pikiran melalui saluran bahasa tulis. Oleh sebab itu, dapat dikemukakan bahwa menulis merupakan suatu rangkaian proses mulai dari memikirkan gagasan yang akan disampaikan kepada pembaca sampai

dengan menentukan cara mengungkapkan atau menuangkan gagasan itu dalam rangkaian kalimat (Mustofa dalam khabibah, 2009).

Menurut Wiyanto (2004:1) menulis ialah kegiatan mengungkapkan gagasan secara tertulis. Orang yang melakukan kegiatan ini dinamakan penulis dan hasil kegiatannya berupa tulisan. Tulisan itu dibuat untuk dibaca orang lain agar gagasan yang disampaikan penulis dapat diterima oleh pembaca. Dengan kata lain, penulis menuangkan gagasan lewat kegiatan menulis dan pembaca menampung gagasan itu dengan cara membaca.

Menulis ialah suatu kegiatan penyampaian pesan (komunikasi) dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau mediana. Pesan ini atau muatan yang terkandung dalam suatu tulisan. Tulisan merupakan sebuah simbol atau lambang bahasa yang dapat dilihat dan disepakati pemakainya. Dengan demikian dalam komunikasi paling tidak terdapat empat unsur yang terlibat. Penulis sebagai penyampai pesan, pesan atau isi tulisan, saluran atau media berupa tulisan, dan pembaca sebagai penerima (Suparno, 2009: 1-3).

Sedangkan menurut Tarigan (2008:22) Menulis ialah menurunkan atau melukiskan lambang-lambang grafik yang menggambarkan suatu bahasa yang dipahami oleh seseorang sehingga orang lain dapat membaca lambang-lambang grafik tersebut kalau mereka memahami bahasa dan gambaran grafik. Dalam kegiatan menulis, seseorang dituntut untuk menguasai struktur bahasa dan kosakata. Dengan menguasai hal tersebut seseorang dapat menyusun tulisannya secara sistematis sehingga tulisan mudah dibaca dan dimengerti oleh pembaca.

Pendapat lain mengatakan bahwa Menulis berarti mengorganisasikan

gagasan secara sistematis serta mengungkapkannya secara tersurat. Untuk dapat mengungkapkan gagasan secara tersurat, seorang penulis harus dapat menggambarkan bahasa dengan kata-kata padat makna yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada pembaca karena menulis bukan hanya melukiskan lambang-lambang grafis semata. Dengan demikian, pesan yang disampaikan penulis melalui tulisannya akan mudah dipahami oleh pembaca (Akhadiyah dkk, 1988: 2). Selain beberapa pendapat tersebut, di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009:897) menulis ialah membuat huruf, angka, dengan pena, kalam, pensil kabur yang melahirkan pikiran atau perasaan seperti mengarang, membuat surat dengan tulisan.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa menulis ialah kegiatan penyampaian pesan (komunikasi) dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau medianya. Dalam kegiatan menulis ini terdapat tujuan yaitu menyampaikan suatu pesan atau informasi antara si pemberi informasi (penulis) kepada penerima informasi (pembaca). Pesan tersebut disampaikan melalui sebuah simbol atau lambang bahasa sebagai alat atau medianya. Melalui kegiatan menulis tersebut diharapkan pembaca mampu memahami maksud tulisannya dengan cara membaca deretan simbol atau lambang bahasa yang dituliskan.

## **2. Tujuan Menulis**

Menulis ialah suatu proses menyusun, mencatat, dan megkomunikasikan makna dalam tataran ganda bersifat interaktif dan diarahkan untuk mencapai

tujuan tertentu dengan menggunakan suatu sistem tanda konvensional yang dapat dilihat/dibaca. Beberapa tujuan menulis ialah Untuk memberikan suatu informasi, Untuk meyakinkan atau mendesak, Untuk menghibur atau menyenangkan, dan Untuk mengekspresikan perasaan dan emosi yang kuat

Hugo Hartig dalam Tarigan (2008: 25-26) merumuskan tujuan menulis:

a. Tujuan penugasan (*assignment purpose*)

Tujuan penugasan ini sebenarnya tidak memiliki tujuan karena orang yang menulis tersebut melakukannya karena tugas yang diberikan kepadanya.

b. Tujuan altruistik (*altruistic purpose*)

Penulis bertujuan untuk menyenangkan pembaca, menghindari kedudukan pembaca, ingin menolong pembaca memahami, menghargai perasaan dan penalarannya, ingin membuat hidup para pembaca lebih mudah dan lebih menyenangkan dengan karyanya itu.

c. Tujuan persuasif (*persuasive purpose*)

Bertujuan meyakinkan para pembaca akan kebenaran gagasan yang diutarakan.

d. Tujuan informasional (*informational purpose*)

Tulisan yang bertujuan memberi informasi atau keterangan kepada para pembaca.

e. Tujuan pernyataan diri (*self-expressive purpose*)

Tulisan yang bertujuan memperkenalkan atau menyatakan dirinya kepada pembaca.

f. Tujuan kreatif (*creative purpose*)

Tujuan ini erat hubungan dengan tujuan pernyataan diri. Tetapi “keinginan kreatif” disini melebihi pernyataan diri, dan melibatkan dirinya dengan keinginan mencapai norma artistik, atau seni yang ideal, seni idaman. Tulisan ini bertujuan mencapai nilai-nilai artistik, nilai-nilai kesenian.

- g. Tujuan pemecahan masalah (*problem-solving purpose*)

Penulis bertujuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi

### **3. Pembelajaran Menulis Slogan**

Pembelajaran Slogan merupakan pembelajaran bahasa Indonesia yang terdapat pada silabus yang tertera di kelas VIII dalam Standar Kompetensi menulis. Pembelajaran ini berguna untuk melatih daya imajinatif dan kreatif serta penggunaan bahasa yang persuasif dari para siswa. Pembelajaran slogan tidak hanya berguna untuk pembelajaran bahasa Indonesia saja namun juga pembelajaran ini berguna untuk masyarakat luas karena biasanya slogan banyak ditemui di lingkungan sekitar misalnya di media cetak seperti koran ataupun di tempat-tempat umum yang ditempelkan di dinding ataupun diberikan khusus.

### a. Pengertian Slogan

Pengertian Slogan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009: 805) merupakan perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat memberitahukan sesuatu. Slogan Bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi dan memengaruhi pandangan serta pendapat orang terhadap informasi tersebut.

Pengertian slogan menurut buku panduan bahasa Indonesia untuk kelas VII terbitan gita perdana ialah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan sesuatu. Slogan dapat pula dimaknai perkataan atau kalimat pendek yang menarik. Mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi, golongan, organisasi, politik dan sebagainya. Slogan biasanya digunakan untuk membangkitkan semangat, mengingatkan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

Secara umum slogan hadir dalam berbagai bentuk dan variasi, mulai dari yang tertulis dan terlihat, sampai yang diucap. Slogan ini juga memiliki ciri-ciri yaitu :

1. Bahasa yang menarik;
2. Mudah dipahami;
3. Serta bersifat persuasif.

Isinya singkat dan jelas, kalimatnya pendek, dan mudah diingat, menjelaskan visi, misi, serta tujuan. Slogan pula bersifat komersial karena biasanya sering digunakan untuk kepentingan organisasi ataupun politik untuk mempromosikan sesuatu supaya dikenal oleh khalayak banyak. <http://fabdi->

[kurniawan.blogspot.com/2012/02/pengertian-slogan-dan-poster.html](http://kurniawan.blogspot.com/2012/02/pengertian-slogan-dan-poster.html)

Istilah slogan merupakan hal yang tidak asing lagi bagi kita semua, karena ada yang menyebut dengan istilah semboyan atau moto yang dapat digunakan untuk menumbuhkan semangat atau motivasi seseorang. Kemendikbud (2017: 29) “Slogan merupakan suatu kalimat pendek yang dijadikan sebagai tuntutan dalam bidang atau instansi dan slogan ini mengutamakan penghematan kata dan kepadatan makna”. Sejalan dengan pendapat Basyar (2018: 14) bahwa “Slogan merupakan kata-kata atau kalimat pendek yang menarik dan mencolok dalam menyampaikan sesuatu serta kata-kata tersebut mudah untuk dipahami atau diingat.”

Selain pendapat di atas, Laksono dkk (2008: 140) menjelaskan bahwa “Slogan merupakan kelompok kata atau kalimat pendek yang menarik dan mudah diingat yang digunakan untuk memberitahukan tujuan suatu organisasi atau instansi”. Sependapat dengan ahli tersebut, Setyorini dan Wahono (2008: 105) menjelaskan bahwa “Slogan merupakan kalimat pendek yang menarik dan mudah diingat untuk memberitahukan suatu dan slogan juga digunakan untuk memperkenalkan jati diri suatu organisasi atau instansi.”

#### **b. Ciri-Ciri Slogan**

Slogan lebih mengutamakan kalimat yang singkat, namun sangat bermakna. Slogan dapat dikatakan sebagai prinsip hidup yang dapat membangkitkan semangat dan motivasi. Mafrukhi, dkk (2016: 3) menyebutkan beberapa ciri-ciri slogan di antaranya yaitu:

- 1) kalimat singkat sehingga mudah diingat;
- 2) kalimat di dalam slogan mempunyai tujuan untuk memberitahukan visi suatu organisasi, perusahaan, dan lain-lain;
- 3) slogan merupakan semboyan atau semboyan yang digunakan oleh suatu organisasi atau kelompok tertentu; dan
- 4) bahasa yang digunakan dalam slogan singkat, tidak bertele-tele, mudah untuk diingat, dan bersifat persuasif.

Slogan biasanya menggambarkan visi, tujuan, dan harapan dari sebuah organisasi atau instansi. Isi dalam slogan dapat mengandung bujukan, ajakan, imbauan, anjuran, atau larangan. Slogan dapat bersifat membangkitkan semangat dan motivasi. Berikut contoh slogan:

*Tiada hari tanpa membaca*

Slogan di atas merupakan salah satu slogan yang ada di dunia pendidikan. Bahasa dalam slogan tersebut sangatlah singkat hanya terdiri dari 4 kata. Meskipun kata yang digunakan sangat singkat, namun slogan tersebut memiliki makna yang sangat mendalam yang dapat digunakan untuk membangkitkan semangat seseorang. Slogan tersebut berkaitan dengan dunia pendidikan dalam menuntut ilmu dan motivasi belajar.

### c. Kebahasaan Slogan

Kemendikbud (2017: 47-48) menyebutkan ada beberapa kaidah kebahasaan dalam slogan di antaranya yaitu:

- 1) ringkas

Kemendikbud (2017: 47) “Bahasa dalam slogan terkesan ringkas dan sederhana sehingga mudah untuk diingat dan slogan juga lebih mengutamakan makna yang terkandung dalam kata-kata tersebut”. Bahasa dalam slogan memiliki kesan yang mendalam dan positif. Contoh kalimat dalam slogan yang ringkas dan positif:

*Buku gudang ilmu*

Bahasa yang digunakan dalam slogan di atas sangatlah singkat, hanya terdiri dari 3 kata. Slogan tersebut pasti mudah dipahami dan diingat. Meski bahasa yang digunakan sangat ringkas, tetapi mempunyai maksud yang sangat mendalam. Maksud dalam slogan tersebut yaitu menyuruh seseorang untuk selalu gemar membaca dari buku karena bagaimanapun buku adalah sumber ilmu dan informasi yang sangat luar biasa.

## 2) Imperatif

Bahasa dalam slogan bersifat imperatif. Imperatif adalah berisi tentang permintaan, ajakan, dorongan, atau larangan. Imperatif biasanya ditandai dengan kata wujudkan, nyatakan, mari, ayo, atau jangan. Contoh kaidah kebahasaan imperatif pada slogan:

*Raihlah ilmu menuju prestasi*

Slogan di atas termasuk dalam tuturan imperatif yang digunakan dalam lingkup dunia pendidikan. Tuturan imperati pada slogan tersebut yaitu menyuruh siswa untuk meraih ilmu yang sebanyak-banyaknya untuk menuju dan mendapatkan prestasi yang setinggi-tingginya. Ilmu pengetahuan menjadi faktor yang sangat penting sekali untuk meraih prestasi masa depan siswa.

Dengan ilmu yang didapat kesuksesan dan prestasi dapat diraih dengan sempurna.

### 3) Persuasif

Slogan juga mengandung kalimat persuasif. Persuasif yaitu kalimat yang mengandung bujukan atau dorongan tentang suatu kebiasaan. Contoh tuturan persuasif dalam slogan:

*Hutan gundul sangat berbahaya!*

Kalimat tersebut termasuk kalimat persuasif karena bersifat ajakan secara tidak langsung. Slogan tersebut bermaksud untuk membujuk masyarakat untuk selalu menjaga lingkungan hutan terutama, karena hutan yang gundul sangat berbahaya terutama dapat terjadi banjir dan tanah longsor.

### 4) berkesan positif

Slogan lebih mengutamakan maksud dan makna yang terkandung, karena slogan sering dijadikan sebagai motivasi atau penyemangat. Bahasa dalam slogan harus memberikan kesan yang positif. Contoh slogan yang mengandung makna positif:

*Narkoba...! No*

*Prestasi...! Yes*

Pada slogan tersebut di atas, meskipun hanya terdiri dari beberapa kata tetapi memiliki kesan yang sangat positif. Kesan yang terkandung dalam slogan tersebut yaitu kita semua harus menghindari yang namanya narkoba dan obat-obatan terlarang dan kita selalu berusaha dan semangat untuk

meraih prestasi. Karena prestasi merupakan sesuatu yang didapat secara positif sedangkan narkoba merupakan tindakan yang negatif.

#### d. Bentuk slogan

Slogan mempunyai pengertian sebagai berikut motto atau frasa yang dipakai pada konteks politik, komersial, agama, dan lainnya, sebagai ekspresi sebuah ide atau tujuan yang mudah diingat. Kata "slogan" sendiri diambil dari istilah dalam bahasa Gaelik, *sluagh-ghairm*, yang berarti "teriakan bertempur". Bentuk slogan bervariasi, dari yang tertulis dan terlihat, sampai yang diucapkan dan yang vulgar. Pada umumnya bentuk retorika sederhananya memberikan ruang untuk menyampaikan informasi yang lebih rinci, selain itu juga disampaikan dalam bentuk ekspresi sosial dari tujuan bersama, daripada proyeksi dari beberapa orang saja (Wikipedia bahasa Indonesia)

Bentuk teks slogan dapat dikategorikan dalam 2 hal yaitu dilihat secara internal dan dilihat secara eksternal.

##### 1) Internal

Bahasa terwujud dalam satuan-satuan kebahasaan (*linguistics units*). Ada sepuluh satuan kebahasaan yang dikenal dalam ilmu bahasa dewasa ini, yaitu wacana, paragraf, kalimat, klausa, frasa, kata, morfem, silabel, fonem, dan fona.

Dalam sejarahnya, kata menjadi satuan kebahasaan yang pertama kali mendapatkan perhatian besar. Pada zaman para filsuf dunia seperti Plato, kata menjadi satuan kebahasaan yang paling penting. Setelah kata, kalimat

menjadi satuan kebahasaan selanjutnya yang mendapatkan perhatian. Jadi, sebelumnya, satuan lain seperti morfem, frasa, fona, fonem dan silabel serta paragraf dan wacana belum mendapatkan perhatian sebesar kata dan kalimat. Bahkan, satuan-satuan seperti fona, fonem, dan silabel tidak dimasukkan dalam satuan kebahasaan karena tidak mengandung makna. Barulah dewasa ini, fona, fonem dan silabel dimasukkan dalam satuan kebahasaan.

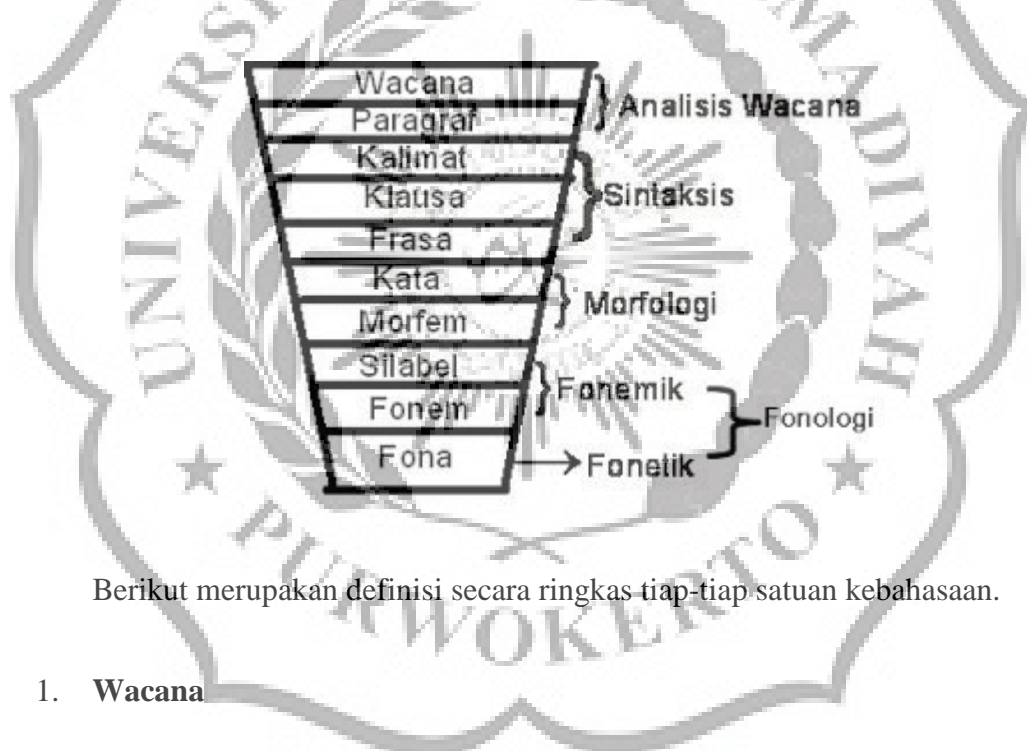
Paragraf dan wacana juga baru mendapat perhatian setelah para ahli bahasa mendapati permasalahan bahasa yang tidak dapat diselesaikan dengan disiplin ilmu yang telah ada seperti fonetik, fonemik, morfologi, sintaksis, dan semantik. Akhirnya muncullah disiplin ilmu bernama analisis wacana yang mempelajari satuan kebahasaan bernama paragraf dan wacana itu sendiri.

Satuan kebahasaan berkaitan dengan bentuk dan makna. Bentuk satuan kebahasaan berupa deret bunyi bahasa. Bentuk tersebut bersifat acak atau arbitrer. Sementara itu makna suatu satuan kebahasaan bersifat linier atau tetap. Misalnya untuk mengungkapkan makna ‘lembaran-lembaran kertas yang terjilid, dapat berisi tulisan atau kosong’ dapat digunakan bentuk *buku* atau bisa juga dengan bentuk *book* atau bentuk lain dari berbagai bahasa. Makna di atas bersifat tetap tetapi bentuk untuk mengungkapkan makna tersebut acak atau tidak tetap.

Sepuluh satuan kebahasaan tersebut dapat dibagi menjadi dua yaitu satuan kebahasaan yang belum memiliki makna atau satuan fonologis dan

satuan kebahasaan yang bermakna atau satuan gramatikal. Yang termasuk satuan fonologis adalah fona atau bunyi, fonem, dan silabel atau suku kata. Sementara itu satuan gramatikal meliputi morfem, kata, frasa, klausa, kalimat, paragraf, dan wacana. Satuan gramatikal memiliki dua unsur yaitu bentuk dan makna. Bentuk satuan gramatikal berupa struktur fonologis atau urutan fonem. Sementara itu, satuan fonologis hanya memiliki bentuk.

Berikut merupakan bagan satuan-satuan kebahasaan dari yang terbesar hingga terkecil beserta cabang linguistik yang mengkajinya.



Berikut merupakan definisi secara ringkas tiap-tiap satuan kebahasaan.

### 1. Wacana

Secara etimologis kata wacana berakar dari kata bahasa Sansekerta *vacana* yang berarti 'bacaan'. Kata tersebut masuk ke dalam bahasa Jawa Kuna dan bahasa Jawa Baru sebagai *wacana* yang berarti 'bicara', 'kata', 'ucapan'. Oleh bahasa Indonesia kata wacana diserap dengan arti ucapan, percakapan, kuliah (Baryadi, 2002: 1).

Dari situ, istilah wacana digunakan sebagai kata untuk menerjemahkan kata bahasa Inggris *discourse*. Kata *discourse* sendiri berasal dari kata Latin *discursus* yang berarti ‘lari kian kemari’ (yang diturunkan dari *dis-* yang berarti ‘dari’, ‘dalam arah yang berbeda’ dan *currere* yang berarti ‘lari’). Kemudian *discourse* diartikan sebagai komunikasi pikiran dengan kata-kata; ekspresi ide-ide atau gagasan-gagasan; percakapan; komunikasi secara umum; ceramah dan kotbah (Webster, 1983: 522 dalam Baryadi, 2002: 1).

Menurut kamus linguistik, wacana didefinisikan sebagai satuan kebahasaan terlengkap; dalam hierarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. Wacana direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh (buku, ensiklopedi, novel, dll) paragraf, kalimat atau kata yang membawa amanat yang lengkap (Kridalaksana, 2008: 259).

Ada juga yang menyatakan bahwa wacana berarti objek atau ide diperbincangkan secara terbuka kepada publik sehingga menumbulkan pemahaman tertentu yang tersebar luas (Lull, 1998: 225). Leo Kleden menyatakan bahwa wacana sebagai ucapan dalam mana seorang pembicara menyampaikan sesuatu tentang sesuatu kepada pendengar (Kleden, 1997: 34).

Dari semua definisi yang telah dikemukakan di atas, ada benang merah yang dapat ditarik mengenai pengertian wacana. Wacana merupakan satuan bahasa di atas tataran kalimat yang digunakan untuk berkomunikasi dalam konteks sosial. Konteks adalah sesuatu yang menyertai, bersama, dan

mendukung keberadaan wacana itu sendiri. Pengguna bahasa harus memperhatikan konteks agar dapat menggunakan bahasa secara tepat dan menentukan makna secara tepat pula. Dengan kata lain, pengguna bahasa senantiasa terikat konteks dalam menggunakan bahasa.

Wacana tak sekadar kumpulan kalimat atau paragraf melainkan sebuah konstruksi yang memiliki sifat utuh (*unity*) dan padu (*coherent*). Sebuah wacana dikatakan utuh jika kalimat atau paragraf yang tersusun mendukung satu topik yang sedang dibahas. Wacana juga bersifat padu jika antar kalimat atau paragraf tersusun secara sistematis dan memiliki ikatan timbal balik. Antarkalimat atau paragraf tidak bertentangan dan merupakan suatu aliran penjelasan yang sistematis.

## 2. Paragraf

Paragraf menurut kamus linguistik adalah bagian dari wacana yang mengungkapkan pikiran atau hal tertentu yang lengkap tetapi masih berkaitan dengan isi seluruh wacana. Paragraf dapat terdiri dari satu atau sekelompok kalimat yang saling berkaitan (Kridalaksana, 2008:173). Paragraf atau sering juga disebut *alinea* merupakan bagian dari suatu karangan yang penulisannya dimulai dengan baris baru dan merupakan suatu kesatuan pikiran yang berisikan satu ide pokok dalam rangkaian kalimat-kalimat. Jadi paragraf merupakan kumpulan beberapa kalimat yang mengandung satu ide pokok dan merupakan bagian dari sebuah karangan utuh yang mendukung topik pembicaraan karangan tersebut.

Dalam satu paragraf terdapat satu kalimat utama dan satu atau lebih kalimat penjelas. Seperti halnya wacana, setiap kalimat yang berurutan harus memiliki hubungan timbal balik dan tidak boleh saling bertentangan. Kalimat-kalimat yang menyusun sebuah paragraf juga harus bersifat utuh dan padu seperti pada kasus wacana.

Contoh paragraf:

Sekarang adalah musim panas. Di setiap sore tak ada orang yang berada di dalam rumah. Mereka suka berjalan-jalan dan duduk di tepi jalan. Aku dan temanku sering keluar ke bioskop musim panas. Di sana ada pohon-pohon yang rindang yang membuat udara menjadi sejuk. Kadang filmnya kurang bagus, tetapi kami tak mempedulikannya sebab masih banyak hiburan yang lain seperti pemandangan di langit malam. Langit malam di musim panas sangat indah. Langit terlihat bersih dan bintang-bintang bagaikan tersebar merata saling menampakkan sinar kecilnya. Di sana juga sering terlihat bulan yang terlihat besar dan bersinar terang. Sungguh ini adalah suasana yang menyenangkan.

### 3. **Kalimat**

Kalimat adalah sekelompok kata-kata yang menyatakan pikiran lengkap dan memiliki subjek dan predikat. Subjek adalah sesuatu tentang mana sesuatu itu dibicarakan. Predikat adalah sesuatu yang dikatakan tentang subjek.

Namun pengertian di atas menjadi kurang sempurna karena satuan kebahasaan yang lain yaitu klausa juga memiliki pengertian yang hampir sama. Perbedaan mendasar terdapat pada intonasi. Kalimat adalah satuan lingual yang diakhiri oleh lagu akhir selesai baik lagu akhir selesai turun maupun naik (Wijana, 2009:56). Kalimat menjadi jelas ketika diucapkan. Kesimpulannya, kalimat adalah satuan bahasa yang secara relatif berdiri sendiri, mempunyai pola intonasi final dan secara aktual maupun potensial terdiri dari klausa (Kridalaksana, 2008:103).

Contoh kalimat:

Hai!

Ini Budi, Budi bermain bola.

Aku akan pergi jika hujan sudah reda.

Ketika nenek datang, ayah sedang membaca koran dan ibu sedang memasak.

#### 4. **Klausa**

Klausa adalah satuan kebahasaan yang bersifat predikatif. Maksudnya satuan lingual ini melibatkan predikat sebagai unsur intinya (Wijana, 2009:54). Oleh karena itu, klausa sekurang-kurangnya terdiri atas dua kata yang mengandung hubungan fungsional subjek-predikat dan secara fakultatif dapat diperluas dengan beberapa fungsi yang lain seperti objek dan keterangan (Keraf, 1991:181).

Seperti penjelasan pada poin kalimat, pengertian klausa sering mengalami silang pengertian dengan kalimat. Sebenarnya permasalahannya ada pada intonasi pengucapan. Klausa tidak mengenal intonasi. Yang lebih ditekankan pada klausa adalah unsur-unsur dasar seperti yang disebutkan di atas. Walaupun demikian klausa dan kalimat memang memiliki hubungan yang sangat erat. Sebuah kalimat tunggal terdiri dari satu klausa dan kalimat majemuk terdiri dari dua atau lebih klausa. Secara sederhana kamus linguistik mengatakan bahwa klausa adalah kelompok kata yang sekurang-kurangnya memiliki subjek dan predikat dan berpotensi sebagai kalimat (Kridalaksana, 2008:124).

Contoh klausa:

Ibu pergi

Setelah aku belajar

#### 5. Frasa

Pada dasarnya frasa adalah gabungan kata. Namun tak semua gabungan kata merupakan frasa. Frasa merupakan gabungan kata yang tidak melewati batas fungsi. Yang dimaksud dengan fungsi adalah istilah seperti subjek, predikat, objek, dan keterangan (Wijana, 2009:46).

Menurut Gorys Keraf, frasa merupakan gabungan dua atau lebih kata yang mana masing-masing kata tetap mempertahankan makna dasar katanya dan setiap kata pembentuknya tidak berfungsi sebagai subjek dan predikat dalam konstruksi itu. Hal ini penting untuk membedakan frasa dengan kata

majemuk dan frasa dengan kalimat atau klausa. Kata majemuk juga merupakan gabungan kata namun kata-kata yang bergabung tersebut telah melahirkan pengertian baru dan setiap kata tidak lagi mempertahankan maknanya. Misalnya kambing hitam sebagai kata majemuk bukan berarti kambing yang hitam melainkan orang yang dipersalahkan, sedangkan sebagai frasa kambing hitam berarti kambing yang hitam.

Dari dua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa frasa adalah gabungan kata yang mana setiap kata tetap mempertahankan makna masing-masing dan gabungan kata tersebut tidak melewati batas fungsi. Dalam sebuah frasa hanya terdapat satu kata sebagai unsur inti atau unsur pusat. Kata-kata yang lain hanyalah sebagai unsur penjelas.

Contoh frasa: rumah saya, sedang makan, sangat banyak, di kampus, sepuluh ekor.

#### 6. **Kata** ★

Kata adalah bentuk bebas yang terkecil yang tidak dapat dibagi menjadi bentuk bebas yang lebih kecil lagi (Wijana, 2009:33). Berdasarkan kamus linguistik, kata adalah satuan bahasa yang dapat berdiri sendiri, terjadi dari morfem tunggal atau gabungan morfem; satuan terkecil dari leksem yang telah mengalami proses morfologis; morfem atau kombinasi morfem yang oleh ahli bahasa dianggap sebagai satuan terkecil yang dapat diujarkan sebagai bentuk yang bebas (Kridalaksana, 2008: 110).

Sementara itu, Gorys Keraf menjelaskan bahwa pengertian kata tidak dapat dipisahkan dengan pengertian arti. Arti adalah hubungan antara tanda berupa lambang bunyi ujaran dengan hal atau barang yang diwakilinya. Jadi kata merupakan lambang bunyi ujaran tentang suatu hal atau peristiwa. Seperti halnya manusia yang memiliki nama demikian juga benda dan peristiwa yang juga memiliki lambang bunyi ujaran berupa kata yang memiliki arti atau makna.

Contoh kata: makan, rumah, pakaian.

## 7. Morfem

Morfem adalah satuan gramatikal terkecil yang berperan sebagai pembentuk kata (Wijana, 2009:33). Sebagai pembentuk kata morfem merupakan satuan kebahasaan yang terkecil yang maknanya secara relatif stabil dan tidak dapat dibagi atas bagian bermakna yang lebih kecil (Kridalaksana, 2008:157). Dalam bahasa Indonesia morfem juga dapat berupa imbuhan.

Dalam morfem dikenal istilah morfem dasar yaitu morfem yang dapat berdiri sendiri seperti lari, datang, tidur, dsb. Ada juga morfem terikat yaitu morfem yang tidak dapat berdiri sendiri seperti awalan *ber-*, *me(N-*), akhiran *-kan*, *-i*, dsb. selain itu dikenal juga istilah morfem dasar yaitu bentuk yang merupakan dasar pembentukan kata polimorfemik (kata yang terdiri dari lebih dari satu morfem) misalnya rumah, alat, meja, dsb.

Sebuah morfem dasar dengan sendirinya sudah membentuk kata. Namun sebaliknya, konsep kata tidak saja meliputi morfem dasar tetapi juga meliputi semua bentuk gabungan antara morfem dasar dengan morfem terikat atau morfem dasar dengan morfem dasar.

Contoh morfem:

{kerja}, {pergi}, {juang}, {ber-}, {per-}, {per-an}

## 8. Silabel

Dalam kamus linguistik, silabel atau suku kata dapat dilihat dari tiga sudut pandang yaitu sudut fisiologi, artikulasi, dan fonologi. Dari sudut fisiologi, suku kata adalah ujaran yang terjadi dalam satu denyut yakni pada satu penegasan otot pada waktu penghembusan udara dari paru-paru. Dari sudut artikulasi, silabel adalah regangan ujaran yang terjadi dari satu puncak kenyaringan di antara dua unsur yang tak berkenyaringan. Dari sudut fonologi silabel adalah struktur yang terjadi dari satu fonem atau urutan fonem bersama dengan ciri lain seperti kepanjangan atau tekanan (Kridalaksana, 2008:230).

Dari pengertian tersebut diambil benang merah bahwa silabel adalah satuan ritmis yang terkecil. Artinya satuan yang memiliki puncak kenyaringan yang lazimnya diduduki oleh bunyi-bunyi vokal (Wijana, 2009:28). Bunyi konsonan berperan sebagai lembah suku.

Contoh silabel:

Kata *kaki* berasal dari suku kata *ka-* dan *-ki*.

Kata *tangan* berasal dari suku kata *ta-* dan *-ngan*.

## 9. Fonem

Fonem adalah bunyi-bunyi yang berpotensi sebagai pembeda makna (Wijana, 2009:22). Salah satu cara menentukan sebuah fonem dalam sebuah sistem bahasa adalah dengan pasangan minimal. Pasangan minimal adalah dua buah kata yang memiliki satu bunyi yang berbeda. Misalnya kata tali dan tari. Dalam kedua kata tersebut terapat dua bunyi berbeda yaitu [l] dan [r]. Dengan demikian bunyi [l] dan [r] dalam bahasa Indonesia adalah fonem.

## 10. Fona

Fona atau bunyi bahasa adalah satuan bunyi yang dihasilkan alat ucap manusia dan diamati dalam fonetik sebagai fon atau dalam fonologi fonem (Kridalaksana, 2008:38). Ada dua jenis bunyi bahasa yaitu vokoid yaitu bunyi yang dihasilkan dengan arus udara yang tidak mengalami rintangan (Wijana, 2009:16). Misalnya [a], [i], [e], dsb. Jenis yang kedua adalah kontoid yaitu bunyi yang dihasilkan dengan arus udara yang mengalami rintangan atau hambatan (*Ibid*, 2009:18). Misalnya [p], [r], [t], dsb.

## 2) Eksternal

Bentuk eksternal bahasa dalam hal ini dijelaskan dua hal yang menjadi bagian penelitian saya yaitu antara konteks dan praanggapan.

### 1. Konteks

Konteks adalah sesuatu yang menyertai atau yang bersama teks. Secara garis besar, konteks wacana dibedakan atas dua kategori, yakni konteks linguistik dan konteks ekstralinguistik. Konteks linguistik adalah konteks yang berupa unsur-unsur bahasa. Konteks linguistik itu mencakup penyebutan kata depan, kata sifat, kata kerja, kata kerja bantu, dan proposisi positif. Konteks ekstralinguistik adalah konteks yang bukan berupa unsur-unsur bahasa. Konteks ekstralinguistik itu mencakup praanggapan, partisipan, topik atau kerangka topik, latar, saluran, dan kode. Partisipan adalah pelaku atau orang yang berpartisipasi dalam peristiwa komunikasi berbahasa. Partisipan mencakup penutur, mitra tutur, dan pendengar. Latar adalah tempat dan waktu serta peristiwa beradanya komunikasi. Saluran adalah ragam bahasa dan sarana yang digunakan dalam penggunaan wacana. Kode adalah bahasa atau dialek yang digunakan dalam wacana. Halliday dan Hasan (1992: 14) menandai konteks bahasa / konteks itu sebagai konteks internal wacana (internal discourse context) sedangkan segala sesuatu yang melingkupi wacana, baik konteks situasi maupun konteks budaya sebagai konteks eksternal wacana (external discourse context). Senada dengan uraian di atas, Saragih dalam Perspektif LFS (2006: 4), juga memaparkan bahwa konteks merupakan wahana terbentuknya teks. Tidak ada teks tanpa konteks. Konteks mengacu pada segala sesuatu yang mendampingi teks.

Menurut Kridalaksana, konteks merupakan ciri-ciri alam di luar bahasa; lingkungan/ situasi tuturan berlangsung yang menumbuhkan

makna pada ujaran; lingkungan nonlinguistik dari wacana. Menurut Moelyono dan Soenjono, konteks wacana dibentuk oleh berbagai unsur, seperti situasi, pembicara, pendengar, waktu, tempat, adegan, topik, peristiwa, bentuk, amanat, dan kode. Unsur-unsur itu berhubungan pula dengan unsur-unsur yang terdapat dalam setiap komunikasi bahasa, antara lain:

- a. Latar : tempat dan waktu terjadinya percakapan.
- b. Peserta : peserta percakapan yakni pembicara (penyapa) dan pendengar (pesapa).
- c. Hasil : hasil dan tujuan percakapan.
- d. Amanat: bentuk dan isi amanat.
- e. Cara : cara percakapan dilakukan, dengan semangat, santai atau tergesa-gesa.
- f. Sarana : penggunaan bahasa lisan atau tulis; variasi bahasa yang digunakan.
- g. Norma : perilaku peserta percakapan.
- h. Jenis : mengacu pada kategori seperti sajak, teka-teki, kuliah, dan doa.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konteks adalah segala sesuatu yang melingkupi teks. Teks dan konteks merupakan sesuatu yang selalu berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Makna yang terealisasi dalam teks merupakan hasil interaksi pemakai bahasa dengan konteksnya, sehingga konteks merupakan wacana terbentuknya teks.

## Macam-Macam Konteks

Secara garis besar konteks dapat dipilih menjadi dua kategori , yakni konteks linguistik dan konteks ekstralinguistik.

### 1. Konteks linguistik

Konteks linguistik merupakan konteks wacana atau lingkungan wacana yang berupa unsur bahasa yang mencakup:

#### a. Penyebutan depan.

Penyebutan depan adalah lingkungan linguistik yang berupa bagian wacana yang disebut terdahulu (perior-mention) sebelum bagian teks yang lain. Dari penyebutan itulah status sebuah acuan (suatu yang dimaksudkan) dapat terwujud dan dapat dikenali.

#### b. Sifat kata kerja.

Kata kerja digolongkan menjadi dua macam yaitu generik dan tak generik. Kata kerja generik adalah kata kerja yang penggerakannya tidak dapat menjadi informasi lama , yakni informasi yang tidak dapat disebut kembali dengan pemerkah definisi ini dan itu. Sedangkan kata kerja tak generik yakni bendayang mengikutinya dapat diikuti objek dan objeknya dapat disebut kembali dengan pemerkah definisi ini dan itu.

#### c. Kata kerja konteks.

Kata kerja konteks adalah kata kerja yang ditambahkan pada kata kerja utama. Ada kata bantu ..... (yang menunjukan

sikap batin : harus,pasti,mungkin,ingin,suka,mau dan sebagainya) sedangkan kata kerja bantu aspek (yang menunjukkan keberlangsungan kerja,sudah,akan,belum,baru dan sebagainya).

d. Proposisi positif.

Secara sederhana proposisi dapat diartikan sebagai pertanyaan secara teknis dapat diartikan sebagai konfigurasi makna yang terjadi dari hubungan antara unsur subjek dan predikat serta unsur-unsur yang lain dalam klausa atau kalimat atau apa yang dikemukakan oleh penutur/penulis, atau tentang apa yang terungkap dalam sebuah teks wacana.

**2. Konteks ekstra linguistik**

Macam-macam konteks ekstra linguistik yaitu :

a. Peranggapan

Peranggapan adalah ungkapan yang sudah ada yang menjadi syarat bagi benar salah satunya suatu kalimat . peranggapan itu merupakan (pengetahuan) landasan bersama (camman ground) bagi pengguna bahasa. Stalnaker (Brown dan yule 1983) menyatakan bahwa peranggapan adalah apa yang dimiliki untuk dijadikan landasan bersama partisipasi dalam komunikasi verbal.

b. Partisipasi

Partisipasi adalah orang yang berpartisipasi dalam peristiwa itu. Semua pelaku yang partisipasi pada peristiwa itu disebut partisipan.

c. Topik dan kerangka topik

Topik adalah pokok isi sebuah wacana. Topik dalam sebuah wacana dapat dikenali dengan pertanyaan, tentang apa yang di kemukakan oleh penutur/penulis, atau tentang apa yang terungkap dalam sebuah teks wacana. Topik merupakan pengikat satuan-satuan teks pembentuk wacana. Kalimat dalam teks juga harus berisi informasi yang relevan dengan topik.

Dengan menggunakan topik tertentu suatu interaksi dapat berjalan dengan lancar. Namun dalam kehidupan sehari-hari apa yang disebut dengan topik sangat kompleks sehingga para ahli wacana menamakannya dengan kerangka topik.

Kerangka topik adalah topik besar atau topik atasan yang meliputi sejumlah topik bawahan. Jadi, istilah topik dan kerangka topik diberlakukan manakala dalam teks terdapat topik atasan dan topik bawahan.

d. Latar

Latar (seting) adalah konteks kewacanaan yang berupa tempat, waktu dan peristiwa. Konteks tersebut sangat berpengaruh dalam penggunaan satuan unsur wacana. Sebuah peristiwa berpengaruh dalam penggunaan tuturan dalam wacana.

Dalam peristiwa kecelakaan biasanya akan muncul kalimat-kalimat :

*Apakah ada yang meninggal?*

*Siapa yang bersalah?*

Bagian yang ditanyakan juga bermacam-macam, bergantung pada perhatian penutur.

e. Saluran komunikasi

Lisan dan tulis itu merupakan saluran bahasa. Disamping itu bahasa juga digunakan secara langsung (tanpa sarana/alat) atau juga secara tidak langsung (dengan sarana/alat) dalam bahasa tulis, unsur isi diungkapkan lebih lengkap daripada bahasa lisan.

f. Kode

Istilah kode digunakan dalam model ini dengan pengertian bahasa atau dialek beserta ragam-ragamnya : ragam baku, ragam resmi, ragam akrab, ragam intim.

Contohnya adalah suatu ketika anda mengikuti acara doa dituturkan dengan ragam resmi, bahkan ada yang menggunakan ragam baku bahkan ragam yang tidak dapat diubah. Anda sebagai peserta doa, lebih sering diharapkan pada satu pilihan sahutan saja, yaitu “*aamiin*”, dan tidak boleh dengan kata lain yang bersinonim setuju.

### e. Makna/isi Slogan

Makna slogan adalah Informasi yang disampaikan terwakili oleh kalimat pendek dari slogan dan masyarakat bisa menyimpulkan pesan atau informasi apa yang terkandung dari kalimat slogan tersebut.

- a. Mempengaruhi orang lain melalui informasi yang disampaikan.
- b. Menghimbau orang lain agar melakukan apa yang menjadi tujuan kalimat slogan.
- c. Memotivasi orang lain dengan pesan-pesan yang disampaikan oleh kalimat slogan.
- d. Menyadarkan masyarakat.

(<http://www.google.co.id/amp/s/berkelakar.wordpress.com/2014/12/09/mengenal-pengertian-slogan-tujuan-serta-ciri-cirinya/amp/>).

Dari ragam makna di atas, peneliti hanya menggunakan tiga jenis ragam makna untuk menganalisis makna dari slogan era pandemic covid-19. Tiga ragam makna tersebut adalah makna leksikal, makna gramatikal, dan makna kontekstual. Ketiga makna tersebut masing-masing mewakili jenis atau kriteria pembagian ragam makna secara garis besar. Selain itu, ketiga makna tersebut memiliki lebih banyak referensi dan contoh data analisis dibanding makna yang lain.

#### 1. Makna Leksikal

Chaer (2009: 60) menyatakan bahwa leksikal adalah bentuk Adjektif yang diturunkan dari bentuk nomina leksikon (vokabuleri, kosa kata, perbendaharaan kata). Satuan dari leksikon adalah leksem, yaitu satuan bentuk bahasa yang bermakna. Makna leksikal dapat diartikan sebagai

makna yang bersifat leksikon, bersifat leksem, atau bersifat kata. karena itu dapat dikatakan makna leksikal adalah makna yang sesuai dengan referennya, makna yang sesuai dengan hasil observasi alat indera, atau makna yang sungguh-sungguh nyata dalam kehidupan. Misalnya kata tikus makna leksikalnya adalah sebangsa binatang pengerat yang dapat menyebabkan timbulnya penyakit tipes. Makna ini tampak jelas dalam kalimat tikus itu mati diterkam kucing. Kata tikus merujuk kepada binatang tikus, bukan kepada yang lain. Tetapi, kata tikus dalam kalimat “kita perlu membasmi tikus-tikus yang banyak bercokol di instansi pemerintah agar tercipta aparatur Negara yang bersih”, bukanlah makna leksikal.

Bandingkan pula pemakaian kata kaki pada kedua kalimat berikut ini: (1) kaki Alfius sakit karena kecelakaan lalu lintas kemarin; (2) rombongan pendaki sudah tiba di kaki gunung sejak pukul 17.00 WIB. Kata kaki pada kalimat pertama bermakna leksikal; sedangkan pada kalimat kedua kata kaki digunakan secara metaforis, yakni mempersamakan salah satu ciri makna kata kaki dengan yang ada pada kata gunung (Suwandi: 2011: 80).

Dari contoh di atas, dapat disimpulkan bahwa makna leksikal dari suatu kata adalah gambaran yang nyata tentang suatu konsep seperti yang dilambangkan kata itu. Makna leksikal suatu kata sudah jelas bahwa tanpa kehadiran kata itu dalam suatu konteks kalimat. Berbeda dengan makna yang bukan makna leksikal, yang jelas apabila berada dalam konteks kalimat.

## 2. Makna Gramatikal

Makna gramatikal (grammatical meaning, functional meaning, structural meaning) adalah makna yang muncul sebagai akibat berfungsinya sebuah leksem di dalam kalimat. Kridalaksana (dalam Suwandi, 2011: 81) menyatakan bahwa makna gramatikal menunjuk pada hubungan-hubungan antara unsur-unsur bahasa dalam satuan-satuan yang lebih besar. Misalnya hubungan antara kata dengan kata yang lain dalam frasa atau klausa.

Makna gramatikal biasa bertentangan dengan makna leksikal. Jika makna leksikal mengacu pada makna kata atau leksem yang sesuai dengan referennya, maka makna gramatikal merupakan makna yang muncul sebagai hasil proses gramatika. Misal, kata presiden dibubuhi konfiks ke-an menjadi kepresidenan yang menyatakan makna „tempat“ (kepresidenan „tempat presiden“, kedutaan „tempat duta“). Demikian pula dengan konfiks pen-an yang dilekatkan pada kata adil menjadi pengadilan yang menyatakan „tempat“ (pengadilan „tempat mengadili“).

Sebenarnya konfiks ke-an dan semua afiks lainnya tidak mempunyai arti. Sebuah afiks, baru mempunyai kemungkinan makna gramatika jika sudah berproses dengan sebuah kata. Misalnya, kepresidenan „tempat presiden“; penyajian „cara menyajikan“; pembacaan „melakukan perbuatan membaca“. Kata kepresidenan, penyajian, dan pembacaan baru mempunyai kepastian makna jika sudah berada dalam sebuah konteks kalimat. Misalnya, kata penglihatan dapat menyatakan „hasil perbuatan“

dan „alat“. Kedua kata itu jelas perbbedaan maknanya jika sudah digunakan dalam kalimat (Suwandi, 2011: 81-82).

Dari contoh di atas, dapat disimpulkan bahwa perwujudan makna gramatikal antara bahasa satu dengan bahasa yang lain tidak sama. Setiap bahasa mempunyai alat atau sarana gramatikal sendiri untuk menyatakan makna-makna atau nuansa-nuansa makna gramatikal itu.

### 3. Makna Kontekstual

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kontekstual mengacu pada konteks, yaitu (1) bagian suatu uraian atau kalimat yang mendukung atau menambah kejelasan makna, (2) situasi yang ada hubungannya dengan suatu kejadian. Sebuah wacana akan sulit dipahami maknanya, jika kita sendiri tidak memahami konteks keberlangsungan ujaran-ujaran. Untuk memahami sebuah ujaran, harus diperhatikan konteks situasi. Berdasarkan analisis konteks situasi itu, kita dapat memecahkan aspek-aspek non linguistik dapat dikorelasikan.

Konteks menurut Leech (1983:13) adalah latar belakang pemahaman yang dimiliki oleh penutur maupun lawan tutur sehingga lawan tutur dapat membuat interpretasi mengenai apa yang dimaksud oleh penutur pada waktu membuat tuturan tertentu. Sepadan dengan pernyataan tersebut, istilah konteks menurut Mey (1993: 38) adalah situasi lingkungan dalam arti luas yang memungkinkan peserta pertuturan untuk dapat berinteraksi dan yang membuat ujaran mereka dapat dipahami (Nadar, 2009:4). Arti

atau makna dari sebuah kalimat dapat ditentukan setelah memahami konteks. Jika konteks berubah, maka makna ujaran juga dapat berubah.

Dell Hymes (1968: 99) mengemukakan adanya faktor-faktor yang menandai terjadinya peristiwa komunikasi dengan singkatan SPEAKING, yaitu sebagai berikut (Hasan, 2010: 87).

S : Setting atau scene, yaitu tempat bicara dan suasana bicara (ruang diskusi dan suasana diskusi).

P : Partisipan : Pembicara, lawan bicara, dan pendengar. Dalam diskusi, partisipan adalah seluruh peserta diskusi.

E : End atau tujuan : tujuan akhir diskusi.

A : Act : Suatu peristiwa ketika seseorang pembicara sedang mempergunakan kesempatan bicaranya.

K : Key : nada suara dan ragam bahasa yang dipergunakan dalam menyampaikan pendapatnya dan cara mengemukakan pendapatnya.

I : Instrumen : alat untuk menyampaikan pendapat. Misalnya secara lisan, tertulis, lewat telepon, dan sebagainya.

N : Norma : yaitu aturan permainan yang mesti ditaati oleh setiap peserta diskusi.

G : Genre : Jenis kegiatan diskusi yang mempunyai sifat-sifat lain dari jenis kegiatan yang lain.

Konteks pemakaian bahasa dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu; (1) konteks fisik (physical context) yang meliputi tempat terjadinya pemakaian bahasa dalam suatu komunikasi, objek yang disajikan dalam

peristiwa komunikasi itu dan tindakan atau perilaku dari para peran dalam peristiwa komunikasi itu; (2) konteks epistemik (epistemic context) atau latar belakang pengetahuan yang sama-sama diketahui oleh pembicara ataupun pendengar; (3) konteks linguistik (linguistics context) yang terdiri atas kalimat-kalimat atau tuturan-tuturan yang mendahului satu kalimat atau tuturan tertentu dalam peristiwa komunikasi; (4) konteks sosial (social context), yaitu relasi sosial dan latar setting yang melengkapi hubungan antara pembicara dengan pendengar (Hasan, 2011: 60).

Keempat konteks tersebut mempengaruhi kelancaran komunikasi. Ciri-ciri konteks harus dapat diidentifikasi untuk menangkap maksud penutur (Hasan, 2011: 60-61). Awalnya, kita harus memahami pentingnya konteks linguistik (3), karena dengan memahami struktur bahasa dan wujud pemakaian kalimat kita dapat memahami dasar suatu tuturan dalam komunikasi. Namun hal tersebut belum cukup, harus dilengkapi dengan pengetahuan konteks fisiknya (1), yaitu di mana komunikasi terjadi dan apa objek pembicaraannya. Selanjutnya, pengetahuan tentang konteks sosial (4), yaitu bagaimana hubungan antara si pembicara dan si pendengar dalam “lingkungan sosialnya”. Terakhir, pemahaman konteks epistemik (2), yaitu pemahaman yang sama-sama dimiliki oleh pembicara dan pendengar.

Teori kontekstual mengisyaratkan bahwa sebuah kata atau simbol ujaran tidak mempunyai makna jika terlepas dari konteks. Konteks itu sendiri merupakan satu situasi yang terbentuk karena terdapat setting,

kegiatan dan relasi. Jika terjadi interaksi antara tiga komponen itu, maka terbentuklah konteks. Parera (2004:228) menyebutkan bahwa setting tersebut meliputi waktu dan tempat situasi itu terjadi. Secara umum yang termasuk setting yaitu (1) unsur-unsur material yang ada disekitar interaksi berbahasa, (2) tempat, yakni tata letak dan tata atur barang dan orang, (3) waktu, yakni pengaturan urutan waktu dalam peristiwa interaksi berbahasa. Makna kontekstual menurut Chaer (2009 :290) adalah makna leksem atau kata yang berada di dalam satu konteks. Mekan konteks dapat pula berkenaan dengan situasinya yakni tempat, waktu dan lingkungan penggunaan bahasa itu.

Makna kontekstual adalah makna kata yang sesuai dengan konteksnya. Kita perhatikan kalimat-kalimat berikut ini yang sama-sama menggunakan kata buaya. (1) Penangkapan buaya secara liar dilarang pemerintah. (2) Dia memang terkenal sebagai laki-laki buaya. (3) Dasar buaya, semua orang dirampoknya tanpa pandang bulu. (4) Harga kulit buaya sangat mahal. (5) Daun lidah buaya sebagai bahan pembuatan sampo. (Suwandi, 2011: 84).

#### **f. Struktur Slogan**

Slogan adalah sebuah rangkaian kata singkat, padat, unik dan menarik berbentuk semboyan atau moto yang disampaikan agar dapat dipahami oleh semua lapisan masyarakat yang membaca atau kalangan tertentu saja. Lalu ada juga yang mengungkapkan bahwa slogan punya arti sebagai kalimat pendek yang

mudah dikenali dan diingat, didengar dan dibaca sebagai upaya untuk memberikan sebuah informasi penting tentang suatu hal, baik itu pengumuman, himbauan, larangan atau promosi. Tapi sependek apapun sebuah slogan, maknanya pasti sangat dalam dan berhubungan langsung dengan kehidupan.

pengertian slogan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah kalimat yang tergolong pendek, menarik maupun mencolok dan mudah untuk dikenali sebagai upaya menyampaikan suatu hal yang berkaitan dengan organisasi, partai, ideology sebuah golongan dan kelompok lainnya.

Ciri-Ciri Slogan adalah sebagai berikut:

Ada tiga ciri umum dari sebuah slogan yang baik yaitu :

- a. Sebuah slogan bisa dibuat dengan bentuk kalimat, atau moto, bisa juga klausa atau sebuah frase yang mengandung arti tertentu yang fokus pada sebuah tujuan slogan.
- b. Slogan dibuat dengan susunan kata yang sangat gampang untuk diingat, serta pemilihan katanya sangat menarik. Berbeda dengan iklan atau poster yang penggunaan katanya lebih banyak dan variatif.
- c. Slogan juga bisa berbentuk sebuah semboyan dari organisasi tertentu atau sebuah kelompok yang ada di masyarakat. Karena kebanyakan slogan memang digunakan oleh kelompok masyarakat untuk tujuan tertentu.

Slogan memiliki beberapa fungsi penting yaitu:

- a. Meningkatkan semangat siapa saja yang membacanya. Contohnya slogan tentang kesehatan “Ayo olahraga agar harimu penuh arti”

- b. Menjadi motivasi dalam menjalankan aktivitas keseharian atau mencapai tujuan hidup tertentu.
- c. Sebagai sarana untuk mendidik pembacanya, karena slogan pasti memiliki makna penting walaupun hanya berupa kalimat pendek.
- d. Sebagai propaganda dunia politik yang biasanya digunakan saat kampanye atau pemilihan wakil rakyat hingga presiden.
- e. Mempengaruhi siapa saja untuk melakukan sesuatu yang dianjurkan dalam sebuah slogan, atau menghindari sesuatu yang dilarang dalam sebuah slogan.

Struktur Slogan, Untuk membuat sebuah slogan yang utuh dibutuhkan beberapa struktur pendukung yaitu:

- a. Terdiri dari beberapa kata yang dirangkai dalam sebuah kalimat
- b. Memiliki makna yang jelas, bukan hanya sebuah kalimat biasa
- c. Memiliki tujuan nyata dalam pembuatannya
- d. Memiliki target audiens atau pembaca
- e. Menggunakan jenis kalimat persuasif.

Syarat Slogan

Ada empat syarat utama sebuah slogan yaitu jelas, padat, mengajak, dan memikat, berikut ini penjelasan detilnya.

- a. Jelas

Sesuai dengan pengertian slogan yang merupakan kalimat pendek, harus ada kejelasan hubungan antara kalimat yang dipakai dengan objek baik itu produk, sikap, atau apapun yang jadi fokus slogan.

Contoh slogan listrik “hemat energi, hemat biaya” yang jelas hubungan antar katanya yaitu ketika energi listrik dihemat pemakaiannya maka biaya listrik juga akan hemat.

b. Padat

Tak perlu kalimat panjang dalam menginterpretasikan sebuah tujuan slogan. Cukup beberapa kata tapi padat makna dan mudah diingat siapapun yang membacanya.

Contoh yang jelas seperti slogan televisi “RCTI oke” walau hanya dua kata tapi maknanya sangat luas. Atau slogan kopi Kapal Api “Jelas lebih enak” juga singkat tapi padat maknanya.

c. Mengajak

Dalam sebuah slogan disarankan untuk selalu menggunakan kalimat mengajak atau membujuk siapa saja yang membacanya. Karena slogan memiliki tujuan agar seseorang menjadi bagian dari slogan tersebut.

d. Memikat

Penggunaan ungkapan, majas atau rima diperlukan dalam membuat sebuah slogan yang baik. Dengan demikian orang yang membaca atau mendengar akan semakin tertarik dan terpengaruh untuk melakukan apa yang diinginkan dari slogan yang dibuat tersebut.

### Ciri Kebahasaan Slogan

Untuk membedakan slogan, poster atau iklan, ada ciri kebahasaan yang jadi penandanya. Untuk slogan memiliki tiga ciri yang sangat jelas yaitu :

a. Menggunakan Kalimat Mengajak

Dalam sebuah slogan biasanya digunakan kalimat ajakan untuk orang lain ikut dalam tujuan slogan tersebut. baik itu ikut melakukan sesuatu, menghindari sesuatu, atau membeli sesuatu.

Contohnya adalah “Mari selamatkan bumi!”

b. Bahasa Yang Digunakan Komunikatif

Penggunaan bahasa dalam sebuah slogan biasanya sangat mudah dipahami siapa saja baik dari anak kecil hingga orang dewasa.

Contohnya adalah “Cegah malas dengan belajar”.

c. Subjek Orang Pertama

Untuk lebih mendekatkan diri dengan pembaca, slogan biasanya menggunakan kata ganti orang pertama. Baik untuk kata ganti organisasi, orang, atau instansi manapun yang jadi pemilik slogan.

Contohnya adalah “Kami ada untuk Anda”.

Langkah-Langkah Membuat Slogan

Untuk membuat sebuah slogan yang bermutu, Anda harus melakukan langkah-langkah berikut ini:

- a. Menentukan apa objek dari pembuatan slogan tersebut. Contohnya objeknya adalah bumi, hutan, narkoba, pendidikan, ikan, atau apapun. Sehingga jelas nantinya langkah selanjutnya yang akan dilakukan. Karena objek ini merupakan hal paling utama dalam proses pembuatan sebuah slogan yang berkualitas.
- b. Kemudian Anda harus memikirkan semua sisi unik dan khusus dari objek tersebut yang nantinya bisa dijadikan poin penting pemilihan kata-kata

slogan. Contohnya keunikan dari ikan terletak pada siripnya, kemampuannya berenang dan lain sebagainya.

- c. Setelah membuat daftar keistimewaan dari objek tersebut saatnya kamu untuk memilih hal mana yang paling menarik untuk dijadikan inti dari slogan. Contohnya keunikan hutan adalah banyak jenis pohon, atau keunikan kopi merek tertentu adalah pengolahannya yang berbeda.
- d. Saatnya mencari majas, atau ungkapan yang menarik terkait dengan keistimewaan dari objek slogan Anda, sehingga didapatkan sebuah kalimat atau beberapa kata yang bisa dipakai untuk menjadi slogan. Jika kamu kesulitan bisa mencari contoh melalui internet atau berdiskusi dengan orang yang mengerti kaidah bahasa.
- e. Rangkai kata demi kata dengan sangat hati-hati dan memasukkan unsure persuasif, menarik dan mudah dipahami siapa saja. Anda harus memiliki beberapa pilihan slogan untuk dijadikan perbandingan sebelum memutuskan memilih yang mana.

Contoh Slogan Beserta Maknanya

Adapun beberapa contoh slogan adalah sebagai berikut:

- a. Slogan Pendidikan

Slogan di bidang pendidikan contohnya adalah :

*Guru adalah pahlawan tanpa tanda jasa*

Dimana slogan ini yang memiliki makna bahwa guru memberikan ilmunya tanpa pamrih kepada murid hingga sang murid berhasil menjadi orang hebat.

Kemudian ada juga slogan pendidikan lainnya :

*Raih mimpi setinggi langit biru*

Bermakna bahwa siapa saja bisa memiliki mimpi setinggi mungkin, namun belajar semaksimal mungkin adalah cara meraihnya.

*Pendidikan lebih penting dari apapun*

Artinya siapa saja harus memiliki pendidikan setinggi mungkin, karena pendidikan sangat penting untuk menjalani hidup.

Lalu ada juga slogan pendidikan:

*Bacalah buku agar pikiran terbuka luas*

Maknanya dengan membaca buku banyak hal baru yang didapat dan akan menambah wawasan.

b. Slogan Kesehatan

Ada juga contoh slogan bertema kesehatan seperti :

*Kesehatan itu mahal harganya*

Yang bermakna bahwa semua orang harus menjaga kesehatannya dengan menerapkan pola hidup sehat, sebab ketika sakit akan banyak biaya yang keluar dan pastinya akan mengganggu aktivitas.

Ada juga slogan tema kesehatan lainnya:

*Umur boleh tua tapi jiwa harus muda*

Artinya setua apapun seseorang selama sehat bisa melakukan apa saja.

c. Slogan Lingkungan

Contoh slogan bertema lingkungan diantaranya:

*Mari hijaukan bumi*

Artinya masyarakat harus banyak menanam pohon agar bumi asri dan udara tetap sehat untuk dihirup.

Lalu ada juga contoh:

*Selamatkan hutan dari keserakahan manusia*

Yang memiliki makna bahwa Anda harus ikut meminimalisir penebangan hutan yang hanya akan merusak ekosistem alam dan membuat bumi tidak sehat lagi.

d. Slogan Agama

Contoh slogan bertema agama adalah:

*Bersedekah agar hati lapang*

Yang maknanya adalah bahwa sedekah itu akan membuat hidup terasa lebih baik tanpa banyak masalah.

e. Slogan Anti Narkoba

Lalu ada contoh slogan anti narkoba yaitu:

*Narkoba adalah musuh terselubung*

Artinya narkoba itu sangat berbahaya karena bisa merusak kehidupan tanpa disadari oleh penggunannya.

f. Slogan Tentang Waktu

Berikutnya adalah slogan tentang waktu yaitu:

*Waktu adalah uang*

Artinya adalah Anda harus bisa memanfaatkan waktu semaksimal mungkin agar tidak rugi, ini juga dipakai untuk memastikan orang menepati janji sesuai waktu yang sudah ditentukan.

g. Slogan Tentang Negara

Contoh slogan tentang negara adalah:

*Cintai negara seperti diri sendiri*

Artinya berbuat yang terbaik untuk negara seperti Anda memperlakukan diri sendiri.

h. Slogan Produk

Slogan produk digunakan untuk meningkatkan penjualan suatu produk.

Contoh slogan produk adalah:

*KFC, Jagonya Ayam...!!*

*Teh Javana, Citarasa teh Indonesia.*

*Santai belum lengkap tanpa silverqueen.*

*Aku dan kau suka dancow.*

*Sasa santan, aslinya santan.*

*Orang pintar, minum tolak angin.*

*Rambut sehat, rambut ellips.*

Keberadaan slogan memang sangat lekat dengan kehidupan masyarakat, di berbagai sudut jalan pasti ditemukan slogan yang dipakai berbagai pihak untuk menyampaikan misi tertentu.

Dengan mengetahui semua tentang slogan mulai dari pengertian slogan hingga cara membuat slogan yang benar setidaknya saat Anda memerlukannya untuk kebutuhan apapun akan lebih gampang membuatnya.

#### 4. Pandemi Covid-19

Dikutip dari European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC), pada akhir Desember 2019, otoritas kesehatan masyarakat China melaporkan sejumlah kasus sindrom pernafasan akut di Kota Wuhan, provinsi Hubei, China. Ilmuwan China segera mengidentifikasi virus Corona baru sebagai agen penyebab utama. Penyakit ini sekarang disebut sebagai Corona Virus Disease 2019 atau COVID-19. Penyebab COVID-19 disebut sindrom pernafasan akut parah Corona Virus 2 (SARS CoV-2). Ini adalah jenis baru virus corona yang belum diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Wabah awal di Wuhan menyebar dengan cepat, memengaruhi wilayah lain di China. Kasus-kasus serupa segera terdeteksi di beberapa negara lain. Hampir di setiap benua terdapat negara yang terjangkit virus Corona seperti Asia, Eropa, Australia, Afrika dan Amerika.

Mengutip World Health Organization (WHO), COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan. Sebagian besar orang yang terinfeksi virus COVID-19 akan mengalami penyakit pernafasan ringan hingga sedang dan sembuh tanpa memerlukan perawatan khusus. Orang lanjut usia (lansia) yang berusia di atas 60 tahun dan yang memiliki masalah medis mendasar seperti penyakit kardiovaskular, diabetes, penyakit pernafasan kronis, dan kanker, memiliki risiko lebih tinggi terkena penyakit parah hingga kematian. Cara terbaik untuk mencegah dan memperlambat penularan COVID-19 adalah mempunyai wawasan memadai mengenai penyakit tersebut dan cara penyebarannya.

WHO menyarankan pada masyarakat untuk melindungi diri dan orang lain dari infeksi COVID-19 dengan mencuci tangan, menggunakan pembersih tangan berbasis alkohol dan tidak menyentuh wajah. Virus COVID-19 menyebar terutama melalui tetesan air liur, cairan hidung saat bersin, dan batuk. WHO menginformasikan bahwa saat ini belum ada vaksin atau perawatan khusus untuk COVID-19. Namun telah banyak dilakukan uji klinis untuk mengevaluasi perawatan potensial.

Pandemi Covid-19 ini mengakibatkan terjadinya perubahan kebijakan secara mendasar dalam dunia pendidikan tanah air. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, Nadiem Anwar Makarim telah mengeluarkan beberapa kebijakan untuk mengatur kegiatan pembelajaran selama masa pandemi ini. Hal tersebut dikeluarkan melalui Surat edaran Nomor 4 Tahun 2020, yaitu tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran Coronavirus Disease (Covid-19), tertanggal 24 Maret 2020.

Tepatnya ada 6 (enam) kebijakan yang dipaparkan dengan jelas. Namun, yang paling mendasar ialah merubah cara belajar mengajar siswa dan guru adalah kebijakan belajar dari rumah. Kebijakan belajar dari rumah ini sangat merubah kebiasaan, ataupun prilaku guru dan siswa selama ini. Bagaimana tidak, selama ini guru mengajar di kelas dalam artian mengajar di sebuah bangunan sekolah yang memiliki fungsi belajar mengajar, dengan didukung oleh sarana penunjang proses belajar mengajar tersebut. Dengan kebijakan baru ini guru dibuat kelimpungan karena masih mencari pola yang tepat bagaimana pembelajaran dari rumah itu bisa dilakukan. Jalan terbaik yaitu melakukan atau mengupayakan

pembelajaran berbasis dalam jaringan. Nama lainnya adalah pembelajaran daring (online learning).

Pembelajaran ini sangat berbeda dengan pembelajaran konvensional yang terjadi di sekolah. Guru dan siswa tidak berhadapan langsung, melainkan terjadi secara jarak jauh yang memungkinkan guru dan siswa berada pada tempat yang berbeda. Secara positif pembelajaran ini sangat membantu keberlangsungan pembelajaran di masa pandemi ini. Guru dan siswa akan tetap aman berada pada tempat atau rumahnya masing-masing tanpa harus keluar rumah dan bertatap muka secara langsung. Namun, merubah pola atau kebiasaan sangatlah sulit, dan merupakan hal wajar ketika terjadi perubahan yang sangat cepat dan tidak terduga. Kebiasaan yang berubah secara signifikan ini misalnya, guru dan siswa sangat mengandalkan perangkat komputer dan jaringan internet, itu yang pertama.

Kedua, Guru dan siswa harus mampu merubah gaya, strategi atau metode mengajar dan belajar. Ketiga, guru dan siswa harus mampu merubah gaya komunikasinya selama pembelajaran daring ini. Banyak guru yang tidak memperhatikan bagian yang ketiga ini, yaitu kurangnya pemahaman dan penerapan guru dalam berkomunikasi dengan siswanya. Guru biasanya berkomunikasi satu atau dua arah di sekolah, dengan bertatap muka secara langsung melakukan diskusi dan latihan secara bersama – sama. Guru akan lebih mudah memberikan pemaparan dan penjelasan suatu materi, sedangkan siswa akan lebih mudah dalam memahami dan berdiskusi langsung kepada gurunya.

Dengan kejadian pandemi ini, hal ini menjadi sangat sulit untuk tetap mempertahankan kebiasaan gaya komunikasi guru tersebut. Maka dari itu, perlu

adanya perubahan gaya komunikasi guru selama atau saat pandemi Covid-19 ini. Komunikasi yang dipakai tentunya, yang bersifat jarak jauh dalam hal ini dikenal sebagai komunikasi daring. Komunikasi ini, memungkinkan guru sebagai komunikator dan siswa sebagai komunikan melakukan komunikasi melalui jaringan internet atau dunia maya (cyberspace).

Tujuannya ialah, bisa dikendalikan secara jarak jauh, efisiensi waktu jadi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Sangat mendukung kebijakan pemerintah dalam menaggulangi penyebaran pandemi ini. Di samping itu terdapat hal positif lainnya yang bisa didapatkan, seperti efisiensi biaya, sumber belajar yang luas, pengelolaan yang mudah, dan integrasi data. Namun, masih banyak yang belum menyadari kemudahan komunikasi daring ini. Ada dua jenis komunikasi daring bisa dilakukan oleh guru dan siswa.

Pertama, Komunikasi Daring Sinkron (bersamaan) ialah komunikasi dengan jaringan internet yang terjadi secara bersamaan dan waktu yang nyata (real time). Contohnya, teks chat dan video chat (Whatsapp, Messenger, Hangouts, dll). Jenis komunikasi yang kedua adalah Komunikasi Daring Asinkron. Komunikasi daring jenis ini merupakan kebalikan dari jenis yang pertama, yaitu komunikasi dengan jaringan internet namun dilakukan secara tunda atau tidak bersamaan. Tentu komunikasi daring ini banyak mempunyai kelemahan juga selain hal positif yang ditawarkan tadi.

Pertama, tidak mewakili emosi pemakainya dalam hal ini guru dan siswa. Sehingga guru sangat sulit dalam memberikan pemahaman kepada siswa, dan guru tidak mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman siswanya.

Kedua, terdapat informasi yang tidak penting, atau informasi yang didapat akan sangat banyak dan sulit untuk disaring dan dikontrol, sehingga penerima informasi akan menjadi bingung.

Ketiga, sangat menyita konsentrasi karena tidak sesuai dengan tempat dan waktunya, sehingga time management harus dikedepankan. Guru sebagai fasilitator informasi semestinya mampu membangun komunikasi daring yang efektif. Komunikasi yang efektif di sini adalah komunikasi yang senantiasa terjalin antara guru dan siswa sehingga nantinya dapat menimbulkan perubahan sikap atau karakter kearah yang lebih baik bagi siswa.

Ketepatan informasi menjadi kunci dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Hal ini terjadi jika persamaan pengertian, sikap, dan bahasa. Pesan atau informasi dapat diterima dan dimengerti serta dipahami sebagaimana yang dimaksud oleh komunikator (guru). Pesan yang disampaikan dapat disetujui oleh komunikan (siswa). Tidak adanya hambatan yang berarti dalam menindaklanjuti pesan atau informasi. Nah tiga hal tersebut adalah unsur terjadinya komunikasi yang efektif. Maka dari itu, untuk memenuhi unsur-unsur komunikasi efektif dalam pembelajaran daring ini, guru harus melakukan berbagai hal.

Pertama, membuat aturan kelas daring, termasuk waktu dan aplikasi yang digunakan. Kedua, membangun suasana yang baik dalam berdiskusi dalam kelas daring, walaupun agak susah dilakukan namun usahakan siskusi dilakukan baik secara sinkron atau asinkron. Jangan sampai siswa yang bertanya atau membutuhkan penguatan tidak dilayani. Ketiga, walaupun dalam pembelajaran daring, guru semestinya tetap menggunakan ekspresi-ekspresi verbal maupun non-

verbal dalam memberikan feedback, reward dan punishment. Di sini bisa menggunakan emoticon, sticker, atau kalimat yang memotivasi siswa. Keempat, guru harus mampu mengaitkan materi dengan situasi terkini atau kekinian, sehingga akan mudah dipahami oleh siswa. Kelima, menggunakan video atau animasi yang mendukung materi sehingga tidak membosankan.

Disamping itu juga, di dalam membangun sebuah komunikasi, guru juga perlu memperhatikan beberapa hal seperti berikut. Pertama, menggunakan bahasa yang simple, yang mudah dipahami dan juga dapat memotivasi psikis siswa. Kedua, guru harus mampu memahami kondisi atau keadaan siswanya. Ketiga, makna dari pesan atau informasi haruslah jelas dan bermanfaat. Keempat, guru harus mampu menanamkan sifat respek dan saling menolong apabila ada siswa lain yang mengalami kesulitan. Bisa saja dalam situasi ini siswa yang menolong guru dalam berbagai hal, misalnya kesulitan dalam menggunakan aplikasi. Kelima, guru juga harus menanamkan jiwa demokratis kepada siswanya. Demokratis ditunjukkan dengan memberikan kebebasan saling memberikan masukan selama pembelajaran daring, saling mendengar atau mengerti dengan keadaan dan mampu memberikan solusi dari setiap masalah yang dialami dalam pembelajaran daring saat pandemi Covid-19 ini.

Slogan merupakan kalimat singkat dan pendek yang sengaja dibuat untuk menjelaskan ataupun memberitahu suatu tujuan, politik, pendidikan, agama dan sebagainya. Slogan tersebut dibuat untuk memaparkan ide ide yang berkaitan dengan bidang bidang tadi. Salah satunya ialah contoh slogan pendidikan. Slogan pendidikan terdiri dari empat hingga lima kata yang bersifat menarik, memiliki

pesan moral, maupun mudah diingat. Dengan hal hal tersebut maka akan menarik perhatian pembaca. Kalimat yang terdapat dalam contoh slogan pendidikan mengandung kreatifitas dan lebih modern. Dengan begitu slogan tersebut tidak ketinggalan jaman.

Pembuatan contoh slogan pendidikan dikatakan berhasil jika masyarakat banyak yang mengingatnya. Contoh slogan pendidikan biasanya disertai dengan gambar dan banyak dijumpai disekolah, instansi pemerintah, maupun kantor kantor. Slogan tersebut berisi ajakan untuk meningkatkan dan membangun kinerja dalam bekerja. Contohnya “Tiada Hari Tanpa Prestasi”, berdasarkan slogan tadi terdapat makna ajakan untuk lebih berprestasi dan rajin belajar. Pada kesempatan kali ini saya akan membagikan beberapa contoh slogan pendidikan beserta gambar slogan pendidikan. Itu merupakan pesan slogan bagi para siswa yang memberi maksud untuk lebih meningkatkan hasil belajar siswa.

Umunya slogan digunakn untuk menyampaikan sebuah ide, ekspresi, atau suatu tujuan agar dapat dengan mudah untuk di ingat. konteks yang digunakan pun sifatnya bebas, dapat berupa gagasan politik, komersial, agama, dan lainnya. Slogan tentang pendidikan merupakan slogan yang pada umumnya digunakan untuk mengungkapkan pesan, motivasi, informasi, tujuan dan lain sebagainya yang konteksnya berkaitan dengan pendidikan.

Pada kesempatan kali ini, kami memberikan contoh slogan beserta gambarnya yang unik dan menarik, sehingga sobat dapat dengan mudah untuk mengingatnya.

- a. Belajarlah agar tidak menjadi orang bodoh.

- b. Belajarlah agar tidak menjadi orang bodoh.
- c. Guru adalah kunci menuju masa depan sedangkan pendidikan adalah pintu menuju masa depan.
- d. Tiada yang tidak mungkin tanpa usaha, Tiada usaha yang mungkin tanpa ilmu.
- e. Belajar yang giat demi masa depan yang hebat.
- f. Pendidikan menghasilkan ilmu. Ilmu menghasilkan impian.

Masalah utamanya adalah bahwa masyarakat tidak mendapatkan pesan yang tepat. Kampanye 3M saat ini terlalu menekankan pada penggunaan masker dan tidak mendorong orang untuk menghindari kelompok atau tinggal di rumah. Sebuah riset oleh Rizki dan Kurniawan dari Universitas Pelita Harapan menemukan bahwa masker wajah kain campuran yang umum dipakai, memiliki efisiensi penyaringan 70,24%. Itu berarti hampir sepertiga partikel dapat menembus masuk, dan hanya jika dipakai dengan benar dan terus-menerus. Jika tidak, efisiensi masker turun menjadi 50% dan akan terus menurun. Meskipun efisiensi masker memiliki batas tertentu tetapi ia tetap berguna sebagai alat pencegahan infeksi covid-19, jadi kata 'masker' harus disertakan di slogan kampanye.

Dalam kampanye 3M, pesan menjaga jarak fisik kurang jelas penekanannya dan sering diabaikan. Padahal, kunci untuk mencegah peningkatan kasus besar-besaran kasus yang telah kita lihat di tempat-tempat seperti India dan AS adalah jaga jarak fisik dan mencegah kerumunan. Kita tahu dari neurobiologi bahwa manusia adalah makhluk sosial. Itu sebabnya gagasan untuk menjaga jarak

dengan orang yang kita cintai sulit diproses oleh otak manusia, dan hal tersebut tercermin dari perilaku kita. Hal yang sama berlaku untuk kolega, klien, dan pemilih di saat pemilu. Namun, di Indonesia sudah banyak wanita (dan pria) melakukan jaga jarak dengan mengadopsi gerakan salam dari jarak jauh, alih-alih berjabat tangan. Selain itu, kita harus mengingatkan orang untuk tidak duduk dan berdiri lebih dekat dari satu meter. Maka dari itu, slogan jarak' adalah pengingat yang baik.

Mencuci tangan dengan sabun merupakan salah satu perilaku kesehatan yang paling efektif untuk mencegah berbagai penyakit. Ini termasuk diare, influenza dan, ya, covid-19. Menyediakan tempat cuci tangan dengan sabun atau pembersih tangan di pintu masuk ke gedung perkantoran dan tempat umum (kantor, mal, pasar, sekolah, dll) akan sangat membantu dalam upaya untuk mengurangi infeksi. Pesan mencuci tangan termasuk dalam 3M, tetapi slogan tersebut tidak menyebutkan pentingnya sabun, yang secara signifikan mengurangi efektivitas pesan yang ingin disampaikan. Kata 'sabun' adalah pengingat yang baik, karena mencakup berbagai jenis kebersihan pribadi termasuk kebersihan tempat-tempat umum. Mempromosikan cuci tangan menggunakan sabun juga akan membantu Indonesia mengatasi ancaman lain, seperti stunting.

Tantangan utama dalam menangani covid-19 di Indonesia ialah banyaknya orang yang masih terlalu sering keluar dan berkumpul dalam kelompok. Survei cepat Tulodo baru-baru ini terhadap 400 anak muda di Jawa Timur menemukan 56,5% melaporkan membatasi interaksi tatap muka dan berpindah ke sistem daring, sementara 36% masih bertatap muka. Hanya 5,8% yang telah mengalihkan

semua komunikasi ke sistem daring. Hal ini telah menjadi olahraga baru untuk kita tonton (dengan ngeri) ketika orang-orang berkumpul dalam kelompok di tempat-tempat ramai mulai dari restoran, transportasi umum, demo kampanye, dan tempat kerja. Karena pencegahan akan menghancurkan kebiasaan yang sudah dijalani, mendorong perilaku menjaga jarak membutuhkan serangkaian intervensi yang bersifat disruptif. Salah satunya adalah upaya kebijakan koersif, terutama denda yang signifikan (Rp1+ juta), bukan hanya peringatan atau hukuman yang memalukan, seperti membuat orang berbaring di dalam peti mati.

Meskipun pengecualian harus dibuat untuk aturan-aturan ini, beberapa orang percaya bahwa mereka tidak termasuk ke dalam aturan tersebut- yang dikenal sebagai false uniqueness bias. Kita juga membutuhkan kebijakan yang mengubah lingkungan yang mengatur kebiasaan masyarakat, seperti pembatasan kapasitas penumpang di angkutan umum. Selain itu, sistem pelaporan orang kepada pihak berwenang atau melalui media sosial juga bisa berhasil. Langkah-langkah ini akan membantu mengubah kebiasaan lama dan membantu menetapkan sikap jaga jarak sebagai perilaku otomatis. Apa yang hilang dari 3M adalah pesan untuk tinggal di rumah, jauh dari kerumunan, dan kelompok. Kata 'hindari' berfungsi sebagai pengingat yang baik.

Dalam membuat pesan yang efektif, masyarakat harus disegmentasi berdasarkan perilaku umum dan ciri psikografisnya. Berdasarkan survei cepat Tulodo di Bone, Sulawesi Selatan, kami menemukan bahwa sebagian besar masyarakat menerima informasi covid-19 dari televisi (87,5%) dan media sosial (68,9%). Televisi juga dianggap sebagai saluran paling diandalkan (72,5%);

sementara itu sumber yang paling dapat diandalkan adalah pemerintah pusat (66,4%). Untuk kelompok yang lebih muda, terutama mereka yang berkumpul di luar meskipun ada bahaya dari orang tanpa gejala (OTG), kemitraan dengan influencer dari aplikasi-aplikasi populer seperti TikTok dan Instagram dapat membantu mendorong mereka untuk tinggal di rumah. Penting untuk menyampaikan pesan yang tepat melalui saluran yang dapat diandalkan.

Demi melakukan pencegahan covid-19, ada cara yang lebih efektif untuk mengemas pesan-pesan ini daripada menggunakan slogan 3M yang sudah sering digunakan. Kami mengusulkan pengujian slogan baru dengan pesan yang mengandung kata kunci- masker, jarak, sabun, dan hindari. Kata-kata ini berfokus pada elemen penting dari perilaku yang ingin ditekankan. Kami juga harus menguji efektivitas slogan 3M dan varian-varian lainnya.

Dengan kampanye pemasaran yang komprehensif, kita dapat membangun pesan dan slogan pencegahan covid-19 yang dapat dipahami orang-orang dan memotivasi mereka untuk berubah. Hasilnya dapat membantu kita semua membuat strategi pencegahan korona yang lebih efektif. Sekarang saatnya mengirimkan pesan yang tepat tentang covid-19 agar masyarakat dapat mengambil tindakan yang tepat.

## **5. Analisis Teks Slogan Bertema Pandemi Covid-19 Karya Siswa Kelas**

### **VIII SMP Negeri 2 Kalimanah.**

Pembelajaran dan kurikulum pada dasarnya adalah dua komponen yang sangat berkaitan erat. Pembelajaran di sekolah akan berpedoman pada kurikulum

yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dalam Permendikbud nomor 35 tahun 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor 59 tahun 2014 menjelaskan bahwa “ Kurikulum merupakan seperangkat rencana dan peraturan mengenai tujuan, isi, dan bahan pelajaran sebagai pedoman penyelenggaraan pembelajaran.”

Kurikulum yang berlaku di dunia pendidikan saat ini adalah kurikulum 2013. Mulyasa (2013) menjelaskan bahwa “Dalam Kurikulum 2013 pembelajaran bertumpu pada teks”. Teks yang diajarkan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di kelas VIII SMP diantaranya teks berita, teks slogan, teks drama, dan buku fiksi non fiksi.

Teks slogan merupakan salah satu materi Bahasa Indonesia yang diajarkan di kelas VIII SMP. Materi teks slogan bergabung menjadi satu dengan materi teks iklan dan teks poster dalam kompetensi dasar. Berkaitan dengan materi teks slogan, ada kompetensi yang harus tercapai dalam pembelajaran. Menurut Mulyasa (2013: 66) “Kompetensi adalah perpaduan dari pengetahuan, keterampilan, nilai, dan sikap yang direfleksikan dengan kebiasaan untuk berpikir dan bertindak”. Mengacu pada silabus pembelajaran, ada dua kompetensi yang harus tercapai yaitu kompetensi inti dan kompetensi dasar. Dalam Permendikbud nomor 24 tahun 2016 tentang kompetensi inti dan kompetensi dasar pada kurikulum 2013 bab II pasal 2 menjelaskan:

1. kompetensi inti merupakan tingkat kemampuan untuk mencapai standard kompetensi kelulusan yang harus dimiliki siswa; dan

2. kompetensi dasar merupakan kemampuan dan materi pembelajaran yang harus dicapai siswa untuk suatu mata pelajaran masing-masing satuan pendidikan yang mengacu pada kompetensi inti.

Dalam hal ini, penelitian tentang kemampuan siswa menyusun teks slogan era pandemi covid-19 pada kelas VIII SMP Negeri 2 Kalimantan. Penelitian ini mengacu pada kompetensi inti:

1. menghayati ajaran agama yang dianutnya;
2. menunjukkan perilaku jujur, disiplin, tanggungjawab, peduli (toleransi, gotong royong), santun, percaya diri dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan alam dalam jangkauan pergaulan dan keberadaannya;
3. memahami pengetahuan (faktual, konseptual, dan prosedural) berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni budaya terkait fenomena dan kejadian tampak mata; dan
4. mencoba, mengolah, dan menyaji dalam ranah konkret (menggunakan, mengurai, merangkai, memodifikasi, dan membuat) dan ranah abstrak (menulis, membaca, menghitung, menggambar, dan mengarang) sesuai dengan yang dipelajari di sekolah dan sumber lain yang sama dalam sudut pandang atau teori.

Dalam proses pembelajaran, materi ajar harus mengintegrasikan nilai-nilai karakter yang dapat tercapainya kompetensi inti. Pada KI 1 sikap yang harus tercapai adalah sikap spiritual. Pada KI 2 sikap yang harus tercapai adalah sikap sosial. Pada KI 3 tercapainya pemahaman terkait ilmu pengetahuan. KI 4

tercapainya sikap siswa yang terampil dalam mengolah atau menyajikan suatu materi.

Kemampuan menganalisis teks slogan bertema pandemi covid-19 mengacu pada Kompetensi Dasar: (1) 3.3 “Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar”; (2) 3.4 “Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, dan poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar”; (3) 4.3 “Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber”; (4) 4,4 “Menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan,, atau poster secara lisan dan tulis.”

Pada KD 3.3 siswa diarahkan untuk mencari tahu tentang iklan, slogan, dan poster. KD 3.3 ini berkaitan dengan kompetensi perubahan. Dalam kegiatan ini siswa diharapkan dapat mencari tahu unsur-unsur pembentuk iklan, slogan, dan poster. Siswa juga harus mencari tahu perbedaaan antara iklan, slogan, dan poster. Seorang guru harus mampu menyajikan slogan yang dapat membantu siswa dalam menentukan unsur-unsur slogan.

Pada KD 3.4 siswa diarahkan untuk menganalisis pola penyajian dan kebahasaan yang digunakan dalam teks iklan, teks slogan, dan poster. Kebahasaan dalam teks slogan di antaranya yaitu ringkas, terkesan positif, imperatif, dan persuasif. Penelitian tentang slogan pendidikan bernuansa pandemic covid-19 memiliki keterkaitan dengan materi kebahasaan teks slogan.

Pada KD 4.3 siswa diarahkan untuk menyimpulkan isi slogan. Pada kegiatan KD 4.3 siswa diharapkan dapat memberikan maksud isi dari slogan yang disajikan oleh guru dan setelah itu siswa harus menceritakan kembali maksud isi slogan tersebut. Dalam hal ini implikasinya berkaitan dengan pemahaman maksud atau makna dalam tuturan. Sehingga penelitian ini berkaitan dengan KD 4.3.

Pada KD 4.4 siswa diarahkan untuk menyajikan suatu pesan atau ajakan dalam bentuk teks slogan. Pada KD 4.4 siswa diharapkan dapat membuat teks slogan yang mengandung motivasi dan semangat. Dalam kegiatan menyajikan teks slogan, siswa harus memperhatikan pola penyajian dan kebahasaan dalam slogan. Seseorang siswa harus memilih kata atau kalimat yang tepat untuk digunakan dalam slogannya.

Penelitian ini akan menjadi bermanfaat apabila dijadikan materi ajar kelas VIII SMP. Materi ajar teks slogan pada kelas VIII SMP dapat dikatakan sangat sedikit dibandingkan dengan materi teks iklan dan poster. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi guru dalam menciptakan pembelajaran yang aktif dan kreatif serta terintegrasi dengan nilai-nilai karakter dalam materi ajar.