

**LANGUAGE STYLE USED IN THE SLOGANS
OF INDONESIAN POLITICAL PARTIES 2014
CAMPAIGN ADVERTISEMENTS**

THESIS

**BY
RURIE SETYA WARDHANI
NIM 105110100111054**



**STUDY PROGRAM OF ENGLISH
DEPARTMENT OF LANGUAGES AND LITERATURES
FACULTY OF CULTURAL STUDIES
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2015**

ABSTRACT

Wardhani, Rurie Setya. 2015. **Language Style Used in The Slogans of Indonesian Political Parties 2014 Campaign Advertisements**. Study Program of English, Department of Languages and Literatures, Faculty of Cultural Studies, Universitas Brawijaya. Supervisor: Isti Purwaningtyas; Co-supervisor: Didik Hartono.

Keywords: Language style, Diction, Sentence Structure, Social Factors, Indonesian Political Parties, Campaign Slogan.

Language style is the way how to use language that can show the user's characteristics. In order to use language in spoken or written communication, people rather to have their own style. In this study, the writer is interested in investigating the types of language style used in the slogans of Indonesian political parties 2014 campaign advertisements based on the diction, based on the sentence structure and also the social factors. The research problems of the study are : (1) what types of language style are used in the slogan of Indonesian political parties 2014 campaign advertisements based on the diction (2) what types of language style are used in the slogan of Indonesian political parties 2014 campaign advertisements based on the sentence structure (3) what the social factors influence the types of language style used in the slogan of Indonesian political parties 2014 campaign advertisements.

This study used qualitative approach. The data were the slogan of Indonesian political parties campaign advertisements. In analyzing the data, the writer used theories by Keraf (2009), Chaer (2006) and Holmes (2001). There were five Indonesian political parties in this study.

The types of language style based on diction that mostly found in the slogans of Indonesian Political Parties campaign advertisement is formal style, followed by informal style and the last is spoken style. While, the types of language style based on sentence structure that mostly found is parallelism style, followed by repetition style and the last style is climax. Regarding the social factors that influence the types of language style used in the slogan, the writer found that function factor is the most dominant factor that influence the slogan. Then the second factor is participants with seven slogans and the third factor is topic and the last factor that influence is setting.

In short, the writer finds the type of language style used in the slogan of campaign advertisements based on its diction and sentence structure and also the social factors that influence it. The writer suggests that the future writer to find the types of language style in the spoken data so they can analyzed the types of language style based on the tone or meaning. It is also suggested for the future writers to analyze to use another theories beside Keraf and Holmes theory to analyze the language style

ABSTRAK

Wardhani, Rurie Setya. 2015. **Penggunaan Gaya Bahasa pada Slogan Iklan Kampanye Partai Politik Indonesia pada Tahun 2014**. Program Studi Sastra Inggris, Jurusan Bahasa dan Sastra, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Brawijaya. Pembimbing (I): Isti Purwaningtyas. Pembimbing (II): Didik Hartono.

Kata Kunci : Gaya bahasa, pilihan kata, struktur kalimat, faktor sosial, partai politik Indonesia, slogan kampanye.

Gaya bahasa adalah cara untuk melihat bagaimana penggunaan bahasa dapat mencerminkan karakter pemakainya. Dalam menggunakan bahasa untuk komunikasi berbicara atau tertulis, setiap orang cenderung memiliki gaya bahasa mereka sendiri. Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk menginvestigasi tipe gaya bahasa yang digunakan pada slogan iklan kampanye partai politik Indonesia pada tahun 2014 berdasarkan pada pilihan kata dan struktur kalimatnya dan juga sosial faktor yang mempengaruhi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) tipe gaya bahasa apa yang digunakan pada slogan iklan kampanye partai politik Indonesia pada tahun 2014 berdasarkan pada pilihan kata (2) tipe gaya bahasa apa yang digunakan pada slogan iklan kampanye partai politik Indonesia pada tahun 2014 berdasarkan pada struktur kalimat (3) sosial faktor apa yang mempengaruhi penggunaan gaya bahasa pada slogan iklan kampanye partai politik Indonesia pada tahun 2014.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data diambil dari slogan kampanye partai politik Indonesia. Dalam menganalisa data, penulis menggunakan teori Keraf (2009), Chaer (2006) dan Holmes (2001). Terdapat lima partai politik Indonesia yang diambil pada studi ini.

Jenis gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata yang paling banyak ditemukan di slogan kampanye partai politik Indonesia adalah gaya bahasa resmi, yang diikuti dengan gaya bahasa tak resmi dan tipe terakhir adalah gaya bahasa percakapan. Sedangkan tipe gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang paling banyak ditemukan di slogan kampanye partai politik Indonesia adalah paralelisme yang diikuti dengan repetisi dan tipe terakhir adalah klimaks. Pada faktor sosial yang mempengaruhi penggunaan slogan pada iklan kampanye partai politik Indonesia, penulis menemukan bahwa faktor fungsi merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi slogan kemudian yang kedua adalah faktor peserta, faktor ketiga adalah faktor topik dan yang terakhir adalah faktor keadaan.

Singkatnya, penulis menemukan jenis gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata dan struktur kalimat pada slogan iklan kampanye partai politik Indonesia dan juga faktor sosial yang mempengaruhi slogan tersebut. Penulis menyarankan untuk penulis selanjutnya untuk menganalisa jenis gaya bahasa pada data percakapan sehingga mereka bisa menganalisa gaya bahasa berdasarkan nada dan maknanya. Disarankan juga untuk penulis selanjutnya untuk menggunakan teori selain teori Keraf dan Holmes dalam menganalisa gaya bahasa.

REFERENCES

- Aitchison, Jean. (2003). *Linguistics*. England: Transet Limited.
- Ary. Et Al. (2002). *Introduction in Research to Education*. 6th edition. California: Wadsworth Group/Thompson Learning Inc.
- Atkin. C. K., & Rice. R. E. (2009). *Theory and principles of public communication campaigns*. Retrieved on March 23th, 2014 from www.sagepub.com/upm-data/46948_CH_1.pdf.
- Crystal, D., & Davy. D. (1969). *English Language Series: investigating English style*. London: Longman.
- Daftar partai politik di Indonesia*. (2014). Retrieved on March 23th, 2014 from http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_partai_politik_di_Indonesia.
- Demokrasi Indonesia Perjuangan Party. (2014). Retrieved on June 1st, 2014 from <http://www.pdip.or.id>
- Demokrat Party. (2014). Retrieved on June 1st, 2014 from <http://www.demokrat.or.id>
- Eckert, P & Rickford. J. R. (2001). *Style and Sociolinguistics*. Cambridge University Press
- Encyclopædia Britannica. (2013). *Advertising*. Retrieved on March 23th, 2014 from <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/6801/advertising>.
- Ernestivita, G. (2013). *Language Styles used in the slogans of Sampoerna advertisement*. Unpublished thesis. Malang: English Department of Universitas Brawijaya.
- Fadjar, A.M. (2012). *Partai politik dalam perkembangan ketatanegaraan Indonesia*. Setara Press
- Foster, T. (2001). *The art and science of the advertising*. ADSlogan.
- Gerakan Indonesia Raya Party. (2014). Retrieved on June 1st, 2014 from <http://www.gerindra.or.id>
- Golongan Karya Party. (2014). Retrieved on June 1st, 2014 from <http://www.partaigolkar.or.id>
- Gorys, K. (2009). *Seri retorika: diksi & gaya bahasa*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Kebangkitan Bangsa Party. (2014). Retrieved on June 1st, 2014 from <http://www.pkb.org.id>
- Kridalaksana, H. (1992). *Pembentukan Kata Dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta : PT. Gramedia
- Moeliono and Dardjowidjojo. (1993). *Tata bahasa baku bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Pateda, Mansoer. (1990). *Sociolinguistik*. Bandung: Angkasa
- Political Party*. (2014). Retrieved on March 23th, 2014 from http://en.wikipedia.org/wiki/Political_party
- Sulistyowati, E. (2006). *Language style used by Susilo Bambang Yudhoyono's political party in their campaign slogan*. Unpublished thesis. Surabaya: English Department of Petra Christian University.
- Verdonk, P. (2002). *Stylistics*. London: Oxford University.
- Wardaugh, R. (2006). *An introduction to Sociolinguistics*. United Kingdom: Blackwell Publishing.