



# Sertifikat

Nomor : 02/Semnas/LK-PBSID/UMM/XI/2011

*diberikan kepada*

Burhan Eko Purwanto, Dr., M.Hum.

*sebagai*

**Pemakalah**

**SEMINAR NASIONAL**

**TRANSFORMASI BUDAYA BANGSA MELALUI REVITALISASI**

**BAHASA INDONESIA YANG BERMARTABAT**

Lembaga Kebudayaan Universitas Muhammadiyah Malang

Bekerjasama dengan

Program Studi Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah FKIP Universitas Muhammadiyah Malang

**Malang, 30 November 2011**



Prof. Dr. H. Sujono, M.Kes.



Ketua Delaksana,

Dr. Sugiarti, M.Si





**YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL**  
**UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

Jl. Halmahera Km. 1 - Tegal 52122

Sekretariat : Telp./Fax. (0283) 351082 / Rektor : Telp./Fax. (0283) 351267

website : www.upstegal.ac.id e-mail : upstegal@gmail.com

## SURAT TUGAS

Nomor : 147/K/T/UPS/X/2011

Rektor Universitas Pancasakti Tegal menugaskan kepada :

1. Nama : **1. Sutji Mulyani, S.S., M. Hum.**  
**2. Dr. Burhan Eko P., M. Hum.**
2. Jabatan : 1. Sek. Progdil PBSID  
2. Dosen Progdil PBSID
3. Tugas : Mengikuti Seminar Nasional "Tranformasi Budaya Bangsa Melalui Revitalisasi Bahasa Indonesia yang Bermartabat"
4. Dasar : *Surat Dekan FKIP No. 103/K/B/FKIP/UPS/XI/2011 tertanggal 4 November 2011*
5. Tempat / Tujuan : Ruang Sidang Pertemuan Kampus III  
Universitas Muhamadiyah Malang
6. Jangka Waktu : Tanggal 29 November s.d. 1 Desember 2011

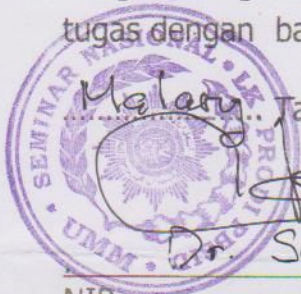
Harap dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan setelah selesai melapor.

Dikeluarkan di : Tegal

Pada tanggal : 21 November 2011



Yang bersangkutan telah melaksanakan tugas dengan baik.



Melapor Tanggal 30 Nov 2011

Dr. Sugianti, M.Si.

NIP. ....



## DAFTAR PESERTA

PESERTA RUANG SIDANG 1	PEMATERI RUANG SIDANG 2
Rina ratih	Rokhyanto, Drs. M.Hum
Jeffi Bardianto,S.Pd	Endang Sumarti, M.Pd
Drs. Rochsun, M.Kes	Sri Utami, Dra., M.Pd
Wahyu Widayati , Dra. M.Pd	Yudi Tarwoko
Subiyati, S. Pd	Rosalie Pitt
Joko Muji Santoso, S,Pd	Sri Utami, S,Pd
Justi Hikmawati, S.Pd	Dr. Burhan Eko Purwanto,M.Hum
Luluk Faiqoh, S.Pd	Ari Ambarwati
Sutji Mulyani, M.Hum	Titik Widarti, S.Pd,,M.Pd
Dina Merdekawati Citraningrum	Agung Nurdianto, S.Pd
Siti Mahmudah, S.Pd	Latifatul Fitriyah, S,Pd
Sudjalil, M.Si, M.Pd	Silvia Aman da Lestari
Lina Ilmiawarni	Rasidah Rahmawati
Rahayu Indah P.	Endah Wahyuni
Faridha Sadik P.	Devia Dwi Riki Wardhani
Nur Ainas Subah	Kholifah
M. Rijalul Akbar	Rusmida Wahyuni
Erva Suharyati	Marita Awwaliyah Magfirah
Yunita Prastika	Amanda Dwi Agustin
Sheila Muadhatul Maulida	Nur Kholilah
Ary Dwi Ratna Pertiwi	Akhsanul Mufidah
Agustinus Indradi, M.Pd	Dra. Berthin Simega, M.Pd
Dr. Nini Ibrahim, M.Pd	Rahayu Indah
Prof. Dr. Hj. Sabarti Akhadiah	Safiyah
Novi Kurniawati	Nuvanggit Riansyahzudhitya
Anita Wulansari	Titik Wahyuni,S.Pd
Mamik Caturwati,S.Pd	Drs. Firman, M.Pd
Drs. Muliadi, M.Hum	



## DAFTAR PEMAKALAH PENDAMPING

PEMAKALAH PENDAMPING RUANG SIDANG 1	PEMAKALAH PENDAMPING RUANG SIDANG 2
<p><b>Andik Wahyun Muqoyyidin</b> Revitalisasi Bahasa Indonesia Sebagai Basis Transformasi Budaya Bangsa</p>	<p><b>Khabib Sholeh</b> Transformasi Budaya Bangsa Melalui Kecermatan dalam Berbahasa</p>
<p><b>Titik Setyowati, S. Pd</b> Upaya Meningkatkan Penggunaan Bahasa Indonesia Sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Di SMP -</p>	<p><b>Umi Salamah</b> Revitalisasi Bahasa Indonesia Di Bidang Interpreneur: Problematika Pembelajaran Bahasa Indonesia</p>
<p><b>Hari Sunaryo</b> Pembelajaran Sastra Kreatif-Produktif, Eksplorasi Nilai dan Makna Pembelajaran Berbasis Keunggulan Tradisi</p>	<p><b>A. Yumartati</b> Metapesan dalam Komunikasi Sehari-Hari Sebagai Cerminan Budaya Timur</p>
<p><b>I Nyoman Suaka</b> Transformasi Karya Sastra Ke Media Televisi Dalam Perspektif Budaya Populer</p>	<p><b>Drs. Gigit Mujianto, M.Si</b> Mengembangkan Kompetensi Komunikatif Pembelajaran Bahasa Indonesia</p>
<p><b>Endang Werdiningsih</b> Kesantunan Berbahasa Sebagai Aktualisasi Pembelajaran Bahasa Indonesia yang Bermartabat</p>	<p><b>Rusdhianti Wuryaningrum</b> Pemahaman Leksikon Emosi Dalam Pembelajaran Bipa</p>
<p><b>Mohammad Fakhruhin</b> Retorika Dakwah Muhammadiyah 2009-2010</p>	<p><b>Drs. Mochammad Asyhar, M.Pd.</b> Gaya Penulisan Judul Berita-Berita Pemerksaan Di Halaman Pertama Surat Kabar <i>Lampu Merah</i>: Vulgar Dan Cenderung Berefek Pragmatik Negatif</p>
<p><b>Septina Sulistyaningrum</b> Campur Kode dalam Wacana Nonsastra Pada Buku Pelajaran Bahasa Indonesia Sekolah Menengah Pertama</p>	<p>Aktualisasi Bahasa Sastra dalam Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Yang Bermartabat <b>Iwan Setiawan</b></p>
<p><b>Musaffak, S.Pd</b> Budaya Menulis: Peningkatan Daya Nalar Berbahasa</p>	<p><b>Purwati Angggraini, S.S.,M.Hum</b> Kesantunan Berbahasa Mahasiswa Dalam Pesan Singkat (SMS)</p>
<p><b>Dra. Tuti Kusniarti, M.Si. M.Pd</b> Meningkatkan Kreativitas Bersastra Siswa SMA melalui Kegiatan Menulis Naskah Drama dengan Strategi Menulis Terbimbing (SMT)</p>	<p><b>Hari Windu Asrini</b> Meneguhkan Kembali Bahasa Indonesia Selaras Kedudukan dan Fungsinya</p>
<p><b>Dr. Sugiarti</b> Dinamika Pemikiran NH. Dini dan Konsistensi Penggunaan Kaidah Berbahasa dalam Proses Kreatif</p>	

# **PEMAKAIAN BAHASA DAN TEKNIK-TEKNIK PERSUASI DALAM KOMUNIKASI POLITIK**

Oleh

Dr.Burhan Eko Purwanto,M.Hum.

FKIP UPS Tegal

## **1. Pendahuluan**

Di dalam mengkaji bahasa dengan ilmu lain diperlukan kesanggupan para pakar (peneliti) bahasa dalam menjabarkan masalah bahasa dengan hal yang ada di luar bahasa, seperti: psikologi, sosiologi, ilmu komunikasi, antropologi, ilmu politik, dan sebagainya. Hasilnya disebut disiplin ilmu psikolinguistik, sosiolinguistik, antropolinguistik, politikolinguistik.

Sebagai suatu disiplin ilmu, sosiolinguistik akan mengadakan pengamatan, pemahaman, dan penelitian kebahasaan yang dipakai dalam masyarakat; atau dengan arti lain akan meletakkan bahasa sebagai sistem sosial, sistem komunikasi, serta sistem budaya (menjadi bagian dari kebudayaan). Anggapan itu bertumpu pada kenyataan bahwa bahasa baru memiliki makna kalau mampu mentransmisikan pesan sebagai perwujudan komunikasi; serta bahasa merupakan kode yang pemakaiannya ditentukan bersama oleh masyarakat pemakai bahasa. Oleh sebab itu, studi tentang bahasa perlu didasarkan atas fungsi sosial, komunikasi, dan budaya. Mengapa demikian? Karena bahasa ternyata memiliki bentuk (pola) yang mencerminkan berbagai ketentuan yang mendasari suatu sistem hubungan sosial (Adiwoso 1989:61).

Para ahli komunikasi ternyata juga mendefinisikan komunikasi yang di dalamnya selalu melibatkan bahasa sebagai alatnya, terutama komunikasi verbal. Untuk itu, para pakar ilmu komunikasi berusaha menunjukkan betapa pentingnya peranan bahasa sebagai alat komunikasi. Termasuk di dalamnya komunikasi politik yang selalu memanfaatkan bahasa untuk kegiatan politik. Dengan demikian, di dalam komunikasi politik bahasa, antara lain, dapat digunakan sebagai alat komunikasi yang tepat pada saat kegiatan politik (komunikasi politik).

Berdasar pada permasalahan di atas, akhirnya penulis terpikir untuk menyimak pemakaian bahasa dalam fungsinya sebagai alat komunikasi politik (dalam tulisan ini komunikasi politik disempitkan pengertiannya dalam arti kampanye pemilu).

## **2. Pemakaian Bahasa dalam Komunikasi Politik**

Salah satu pelaksanaan pendidikan politik rakyat (warga negara) antara lain adalah diselenggarakannya pemilihan umum (pemilu) sebagai bentuk komunikasi politik. Bentuk komunikasi politik pemilu merupakan “proses dan pentas” pendidikan politik yang konkret, sebab rakyat akan menentukan keikutsertaannya secara langsung di dalam kehidupan (pembangunan) politik. Oleh karena itu, kampanye pemilu sebagai bentuk komunikasi politik perlu dikaji lewat sosiolinguistik untuk mendekati bahasa politik; psikologi untuk mengkaji efek pesan politik, dan sosialisasi politik; ilmu politik untuk mengkaji perilaku pemilih dan pemimpin politik (Rakhmat dalam Nimmo 1989:6).

Hasil dari kajian tersebut dapat dimanfaatkan untuk memahami lebih dalam tentang pelaksanaan kampanye pemilu sebagai bentuk komunikasi politik. Begitu juga bagaimana kecenderungan-kecenderungan jurkam (juru kampanye) sebagai

komunikator politik di dalam mencari, meyakinkan massa untuk ikut dalam partai atau golongannya. Apakah mereka menempuh cara yang bersifat “rasional persuasif” atau menggunakan cara “emosional-konfrontatif”.

Salah satu metode untuk mengetahui teknik pelaksanaannya dapat didekati dengan cara menganalisis isi pesan dari pembicaraan jurkam. Teknik pemahaman ini, di dalam ilmu komunikasi politik, disebut analisis isi (*content analysis*). Untuk menganalisis isi pesan yang disampaikan para jurkam tentu pendekatannya dapat ditempuh lewat pemakaian bahasanya.

Pemakaian bahasa para jurkam harus kita tempatkan sebagai alat dan sistem komunikasi yang mentransmisikan pesan-pesan kepada massa selaku komunikan. Bahasa sebagai sistem komunikasi hendaknya dipahami sebagai proses bagaimana jurkam selaku komunikator politik menata, mengirimkan dan menyampaikan pesan-pesannya kepada komunikan (massa).

Karena bahasa difungsikan sebagai alat dan sistem komunikasi (verbal) maka seorang jurkam tentunya akan mengupayakan agar bahasa yang dipilih dan digunakan disesuaikan dengan situasi sosial budaya, serta tujuan pembicaraannya. Bahasanya tentu harus memilih ragam yang mampu menyampaikan makna yang rasional dan emosional sebagai ciri penentu situasinya; bahasa yang mengandung simbol (metafor) yang dapat memenuhi “selera” dan “keperluan” pembicaraannya.

Untuk dapat berkomunikasi (politik) dengan baik, seorang jurkam terlebih dahulu harus memilih penggunaan bahasa yang beragam formal atau ragam informal.; sebab ada perbedaan penggunaan dan fungsi dari kedua ragam itu. Bahasa formal yang biasa digunakan untuk kepentingan resmi ternyata tidak akan mengandung unsur-unsur emosional (Susanto 1988:3), sehingga bahasa formal akan

lebih menitikberatkan pada unsur formal-rasional. Jika ragam formal pemakaian bahasa yang dipilih maka akan cenderung semakin dangkal di dalam mengungkapkan perasaan, tentu juga akan semakin jauh tingkat keakraban antara komunikator dengan komunikan (massa). Namun akan sebaliknya jika bahasa yang dipakai itu ragam informal (campuran) dan spontan dalam penggunaannya tentu akan semakin akrab dan dekat pihak-pihak yang terlibat.

Karena tujuan jurkam di dalam pembicaraannya bertujuan mencari pengikut, meyakinkan massa, membangkitkan dan mempengaruhi massa maka penggunaan bahasanya cenderung kepada unsur emosi. Dan yang tepat untuk kepentingan ini adalah ragam informal (ragam pencampuran). Hal inilah yang harus dipilih dan digunakan untuk berkampanye (komunikasi politik).

### **3. Teknik-teknik Persuasi dalam Komunikasi Politik**

Karena kampanye pemilu penggunaan bahasanya lebih banyak difungsikan untuk mempersuasi massa, maka bahasa yang dipergunakan harus mampu menunjukkan fungsi emotifnya dibanding fungsi penalarannya. Untuk dapat mengetahui bagaimana penggunaannya dapat kita simak dalam kaitannya dengan teknik persuasi yang ada dalam pembicaraan jurkam.

“Mahasiswa jangan sekedar dijadikan ornamen-ornamen, hiasan yang tidak berfungsi. Mahasiswa harus dikeluarkan dari tempat di mana dia digodok sebagai ilmuwan semata-mata. Dia harus diberi kesempatan mengembangkan dirinya sebagai calon-calon pemimpin bangsa (masyarakat) pada saat sekarang ini. Mereka harus diberi kesempatan beraktivitas di bidang politik, untuk giat di dalam kegiatan-kegiatan dan gerakan politik, Saudara sekalian. NKK, Normalisasi Kehidupan Kampus, sudah berjalan, saya kira sudah belasan tahun. “Okey” kita terima apa yang sudah terjadi. Sekarang kita menginginkan sudah waktunya kita tinjau kembali NKK ini, sehingga terjadi politisi-politisi di masa mendatang.”



Isi pembicaraan di atas menggambarkan bagaimana jurkam PDIP lewat teknik sugesti mempengaruhi masa (komunikan) untuk menerima pendirian tentang “fungsionalisasi mahasiswa di dalam bidang politik” dan “meninjau kembali NKK”. Di dalam menyugesti massa, jurkam selaku komunikator politik meyakinkan massa dengan janji dan harapan yang logis dan menarik. Hal itu jika pengikut tidak cermat dan kriti tentu akan terpengaruh oleh pernyataan jurkam.

Selain teknik sugesti, seorang jurkam juga bisa menempuh dengan teknik asosiasi, yakni mempromosikan hal-hal yang baik untuk mencari kesan-kesan positif dengan cara mengasosiasikan hal yang dipromosikan dengan keadaan sesuatu (benda) yang lain. Teknik ini pernah dipakai oleh jurkam Golkar.

“Saudara-saudara sekalian yang berdiri di sini, di alun-alun “*kidul*” (selatan). Alun-alun “*kidul*” di situ ada pohon beringin. Pohon itu lho, jumlahnya *lo ...?* (Massa .....*ro*”). *Loro itu tegese ringin kembar* (Dua itu maksudnya beringin kembar). *Ringin kembar iku tegese kebenaran lan keadilan* (Beringin kembar itu maksudnya kebenaran dan keadilan). Kedua pohon beringin itu juga menggambarkan kembarnya rakyat dengan Golongan Karya. Memang Golongan Karya ini masuk bersama rakyat begitu. Begitu to? Itu pohon beringin. Pohon beringin itu “*disengker*” (disangkar). “*Disengker*” sebab yaitu tadi, menggambarkan kebenaran dan keadilan. Kebenaran dan keadilan itu Saudara ketemukan juga di Garuda.”

Pernyataan itu kebetulan berada dalam tempat dan situasi yang nyata. Jurkam mengasosiasikan antara hal yang ada di dalam tubuh Golkar dengan hal yang ada di luar pernyataan. Kembarnya pohon beringin diasosiasikan dengan kembarnya Golongan Karya dengan rakyat. Di samping itu, kata “kembar” juga difungsikan untuk menyatakan “nilai” (kebenaran dan keadilan). Jadi, asosiasinya bernilai ganda, yakni lambang pohon beringin sebagai tanda gambar Golongan Karya dan nilai-nilai yang dicita-citakan (kembarnya kebenaran dan keadilan).

Berbeda dengan cara yang ditempuh jurkam Partai Persatuan Pembangunan (PPP) di dalam melancarkan persuasi massa. Persuasi yang dipakai adalah teknik identifikasi, yakni cara memasuki situasi yang sedang dialami massa, baik alam pikiran, kejiwaan maupun alam kenyataan massa. Teknik ini oleh Sunarjo dinamakan teknik empati (1983: 38). Pernyataannya sebagai berikut.

“Tidak ada pejabat “*kere*”; adanya hanya rakyat kecil. Oleh karena itu, Partai Persatuan Pembangunan mengidentifikasikan sebagai rakyat kecil, partai golongan “*sekeng*”. Ya, golongan ini bahasa Jawanya adalah “kelompok karput”, kelompok akar rumput, “*oyot suket*”.

Pernyataan di atas menggambarkan secara jelas bagaimana jurkam sebagai komunikator politik langsung mengidentifikasikan partainya sebagai milik rakyat kecil. Pemakaian istilah (simbol) “karput” (akar rumput) dapat menunjukkan siapa, dari kelompok mana para simpatisan Partai Persatuan Pembangunan. Tentunya adalah mereka yang bekerja sebagai: tukang becak, pedagang kaki lima, kuli angkut, dan sebagainya. Begitulah upaya jurkam PPP di dalam melewati cara persuasinya.

Pesan-pesan politik yang bersifat persuasif dapat juga ditempuh dengan teknik rasionalisasi. Teknik ini dipakai untuk membenarkan persoalan yang diajukan. Keraf (1982:124) menamakan teknik ini dengan “argumentasi semu”.-, sedangkan William Albig (dalam Sunarjo 1983:39) menyebutnya dengan istilah “*red herring*”, yakni pengelakan argumentasi dari yang lemah menuju masalah yang dikuasai komunikator. Sebagai contoh dapat disimak ucapan jurkam PDI berikut.

“Nah, jadi Saudara-saudara, kesempatan kali ini kesempatan merenung. Sudah ada yang ikut kampanye Golkar? Sudah ada yang ikut kampanye PPP? Sekarang Anda mesti ikut nomor tiga. Sudah tentu kalau ditebak satu-satunya isinya hanyalah Banteng. Banteng! (massa: “Hidup .....!”).”



Peyakinan jurkam itu sulit disangkal, karena massa saat itu sedang mengikuti kampanye PDI. Pertanyaan-pertanyaan dari jurkam itu menandakan bagaimana kelihaiannya menggiring jawaban massa selaku komunikan untuk memilih dan menyalurkan aspirasinya lewat wakil-wakil rakyat yang ada di dalam PDI. Apalagi pertanyaan itu disusul dengan ajakan “Sekarang Anda mesti ikut nomor tiga. Sudah tentu kalau ditebak satu-satunya isinya adalah Banteng”. Dan ternyata ajakan itu disusul dengan tanggapan massa. Dengan demikian, persuasi jurkam dapat dikatakan berhasil mempengaruhi massa.

Pesan-pesan (ajakan) kampanye pemilu sering pula tidak disampaikan secara langsung, tetapi disembunyikan ke dalam syair (atau ”kemasan” yang lain). Teknik persuasi seperti ini diistilahkan dengan pengepakan (*packing*), yang tujuannya tentu agar lebih rapi, indah, dan lebih menarik. Untuk lebih jelasnya dapat kita ikuti ungkapan syair berikut.

“Sinten numpak sepur, mboten purun bayar  
 Sinten pingin makmur, pasti pilih Golkar ... Nggih!  
 Siji , loro , telu!  
 (Diiringi musik)  
 Sinten numpak sepur, mboten purun bayar  
 Sinten pingin makmur, pasti milih Golkar  
 Pisan malih!  
 Sinten numpak sepur, mboten purun bayar  
 Sinten pingin makmur pasti memilih Golkar.... Pinter !  
 Terima kasih.”

Kalau kita simak syair di atas maka akan kita temukan kunci (pesan) komunikator yang diselipkan di dalamnya, yakni pada baris kedua. Makna larik (baris) itulah yang menjadi penentu, karena hanya dengan memilih Golkar hidup seseorang menjadi makmur. Akhirnya kita dapat menemukan fungsi syair dalam kehidupan politik antara lain untuk membungkus pesan-pesan politik.

Selain teknik-teknik tersebut di atas, ada lagi suatu teknik persuasi yang digunakan untuk menilai positif terhadap partai jurkam (sebagai partai yang diwakili) serta menunjukkan kelemahan (menilai negatif) partai lain. Atau menurut teknik propaganda disebut penjulukan (*name calling*), yaitu menilai baik terhadap diri (partai) dan menilai negatif terhadap lawan (Nimmo 1989:173). Sebagai contoh, pihak jurkam PPP untuk membangkitkan semangat dan mempengaruhi masa terpaksa menggunakan teknik di bawah ini.

“Tiga bulan yang lalu saya khawatir, kalau P-3 kampanye nanti apakah ada yang hadir? Karena tiga bulan yang lalu sudah mulai “*dikoseki*” semua.  
(Masa tepuk tangan).  
Yang jadi pengurus RT dari P-3 diganti! Yang jadi pengurus RW tapi ternyata afiliasi kepada P-3 diganti!  
(Masa tepuk tangan).  
Tapi nyatanya, hadirin sekalian, kekhawatiran itu nyatanya setelah memasuki kampanye, anggota PPP tidak semakin susut, tetapi makin bertambah.”

Pembicaraan di atas berisi penilaian partainya yang tetap bertahan, dan simpatisan PPP masih banyak yang hadir walaupun ada beberapa tantangan dari pihak lawan politik. Jurkam selaku komunikator ternyata menempuh jalan (teknik) seperti itu agar para pengikutnya tetap yakin dan setia terhadap partainya. Barangkali dengan pernyataan-pernyataan yang bernada “memojokkan” pihak lawan bisa membangkitkan emosi massa (semangat massa).

#### **4. Penutup**

Sebagai akhir pembahasan makalah ini, berikut ini dikemukakan simpulan dari pembahasan di atas.

- a. Di dalam komunikasi politik (kampanye pemilu) bahasa dapat dimanfaatkan jurkam (selaku komunikator politik) untuk mengungkapkan pesan-pesan



politiknya. Untuk itu, apabila akan mengkaji pesan-pesan politik dapat didekati lewat pemakaian bahasanya.

- b. Teknik-teknik persuasi yang dilakukan para jurkam di dalam kegiatan politik dapat dikaji lewat ungkapan-ungkapan keahasaannya

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bormann, Ernest G. dan Nancy C. Bormann. 1991. *Retorika: Suatu Pendekatan Terpadu*. Terjemahan Paulus Sulasdi. Jakarta: Erlangga.
- Keraf, Gorys. 1982. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia.
- Kridalaksana, Harimurti. 1982. *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa*. Ende Flores: Nusa Indah.
- Krippendorff, Klaus. 1993. *Analisis Isi*. Terjemahan Farid Wajidi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Newton, K.M. 1994. *Menafsirkan Teks*. Terjemahan Soelistia. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Nimmo, Dan. 1989. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Karya.
- Sunarjo dan Djoenaesih S. 1983. *Komunikasi, Persuasi, dan Retorika*. Yogyakarta: Liberty.
- Susanto, S. Astrid. 1977. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Bina Cipta.
- Majalah Prima No.1 Tahun XVIII. 1989.