

ANALISIS GAYA BAHASA DALAM SLOGAN LINGKUNGAN HIDUP

THE ANALYSIS OF LANGUAGE STYLES IN ENVIRONMENTAL SLOGAN

Marnetti

Balai Bahasa Riau
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Jalan H.R. Soebrantas Km. 12,5 Kampus Binawidya,
Kompleks Universitas Riau, Panam, Pekanbaru, 28293
Telepon: (0761) 65930 dan (0761) 589452; Faksimile (0761) 589452
Pos-el: marnettinurel@yahoo.com

Naskah diterima: 5 Juni 2017; direvisi 18 Oktober; disetujui 21 Desember 2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.26499/madah.v8i1.465>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis-jenis slogan lingkungan hidup dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah slogan-slogan lingkungan hidup yang diambil dari salah satu situs internet dengan judul "Pengertian dan 100 Contoh Slogan Lingkungan Hidup Terbaik" (www.pribahasaindonesia.com). Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan teori diksi, gaya bahasa, dan semantik sehingga akan terlihat jenis-jenis gaya bahasa dan makna yang terkandung dalam slogan tersebut. Setelah dianalisis, data diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis gaya bahasa dan makna yang terdapat dalam slogan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat puluh sembilan gaya bahasa sederhana, dua belas gaya bahasa repetisi, enam gaya bahasa paralelisme, satu gaya bahasa anastrof, tiga gaya bahasa asonansi, delapan gaya bahasa metonimia, tiga gaya bahasa personifikasi, satu gaya bahasa asindenton, tiga gaya bahasa percakapan, tiga gaya bahasa eponim, tiga gaya bahasa antitesis, empat gaya bahasa tidak resmi dan 1 gaya bahasa kiasmus. Makna yang terkandung dalam slogan lingkungan hidup adalah delapan puluh makna leksikal, sepuluh makna kias, dua makna asosiatif, dan dua makna ilokusi. Gaya bahasa yang paling banyak terdapat dalam slogan ini adalah gaya bahasa sederhana dan beberapa dari slogan tersebut menggunakan istilah asing.

Kata kunci: analisis gaya bahasa; slogan; lingkungan hidup

Abstract

This study aims at describing kind of language styles and meaning that existed in environmental slogans by applying descriptive qualitative method. The data in this article were collected from one of website titled "Pengertian dan 100 Contoh Slogan Lingkungan Hidup Terbaik (Meaning and 100 Examples of The Best of Environmental Slogan)" (www.pribahasaindonesia.com). The collected data were analyzed by using the theory of diction and style of language and semantics so the kind of language styles and the meaning contained in the slogan would be found. After being analyzed, the data are classified by the type of language style and meaning contained in the slogan. The results shows that there are 49 simple styles, 12 repetition styles, 6 parallelism styles, 1 anastrof style, 3 assonance styles, 8 metonymy styles, 3 personification styles, 1 asindenton style, 3 spoken language styles, 3 eponym styles, 3 antithesis styles, 4 unofficial language styles and 1 kiasmus styles. Meaning contained in the environmental slogan is 80 lexical meanings, 10 figurative meanings, 2 associative meanings and 2 illocutionary meaning.

The most abundant language style in these slogans is a simple language style and some of the slogans use foreign terms.

Keywords : *language style analysis; slogans; environmental*

1. Pendahuluan

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa digunakan untuk berinteraksi satu dengan lainnya. Ini sesuai dengan fungsi bahasa yang merupakan alat komunikasi. Dalam kehidupan masyarakat, manusia dapat menggunakan alat komunikasi selain bahasa, tetapi tampaknya bahasa merupakan alat komunikasi yang paling efektif dan baik jika dibandingkan dengan alat komunikasi yang lain.

Komunikasi ada dua macam, yakni komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung dilaksanakan dengan melakukan percakapan secara langsung atau berhadapan. Sementara, komunikasi tidak langsung bisa dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya melalui slogan.

Definisi slogan menurut KBBI adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan atau mengiklankan sesuatu, seperti "Solo Berseri" (bersih, sehat, indah, rapi), atau perkataan maupun kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi golongan, organisasi, partai politik dan sebagainya (*Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Keempat, 2008:1352*).

Hal senada diungkapkan oleh Alwi (2003:108), bahwa slogan merupakan bentuk penyampaian informasi atau pemberitahuan dan slogan biasanya ditulis dengan kalimat pendek yang menarik, singkat, mudah diingat, dan

persuasi yang memiliki tujuan untuk menegaskan sebuah pemikiran atau prinsip, bahkan slogan juga merupakan perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi, organisasi, dan partai politik.

Sukini (2005:162) menambahkan bahwa slogan merupakan kalimat singkat dan bersifat persuasi, serta susunan dalam kalimat tidak seperti biasa. Penulisan slogan dibuat dalam bentuk yang memikat untuk menarik perhatian pembacanya yang merupakan alat atau media untuk memberikan sesuatu yang ditujukan kepada masyarakat atau khalayak ramai.

Slogan menurut Pardjimin (2005: 33) berupa kelompok kata atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk memberitahukan tujuan atau visi suatu organisasi, kegiatan, golongan, organisasi, atau perusahaan. Isi slogan menggambarkan visi atau tujuan suatu organisasi, kegiatan, golongan, organisasi, atau perusahaan. Isi slogan menggambarkan visi, tujuan, dan harapan dari sebuah kegiatan atau organisasi atau perusahaan. Slogan dibuat untuk menginformasikan suatu hal. Kata-kata dalam slogan disusun sedemikian rupa agar dapat mempengaruhi pembaca dengan ciri-ciri sebagai berikut.

- (1) Kata-katanya singkat, menarik, dan mudah diingat.
- (2) Merupakan semboyan suatu organisasi atau masyarakat.

Slogan dibuat untuk menarik perhatian orang banyak. Slogan ditulis sedemikian rupa sehingga masyarakat tertarik untuk membacanya dan merasa terpanggil untuk melaksanakan imbauan yang terdapat pada slogan tersebut. Slogan kelihatan lebih menarik bila menggunakan gaya bahasa yang sesuai dengan apa yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Penggunaan gaya bahasa setidaknya dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang dalam penggunaan bahasa tertentu. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya; semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaian diberikan padanya (Keraf, 2006:113; Lazfihma, 2014: 2).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa saja gaya bahasa yang terdapat dalam slogan lingkungan hidup dan makna apa saja yang terkandung dalam slogan lingkungan hidup tersebut. Data yang berupa slogan lingkungan hidup tersebut didapat melalui situs internet (www.pribahasaindonesia.com).

Tujuan penelitian ini mendeskripsikan apa saja gaya bahasa yang terdapat dalam slogan lingkungan hidup dan mendeskripsikan makna yang terkandung dalam slogan tersebut.

Beberapa penelitian terkait pernah dilakukan oleh (1) Marwati (2014:14) yang melakukan penelitian berjudul “Analisis Aspek Makna Tujuan pada Slogan Lalu-Lintas di Kota Surakarta: Tinjauan Semantik”. Dari hasil penelitian ini ditemukan

bahwa realisasi perwujudan aspek makna tujuan pada slogan lalu lintas di Kota Surakarta adalah imperatif, deklaratif, pedagogis, persuasif, dan naratif; (2) Lazfihma (2014:61) dengan judul “Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Iklan Minuman”. Dari hasil penelitiannya ditemukan sepuluh kategori gaya bahasa dan beberapa makna; (3) Fajriani (2016:24—25) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Makna Slogan Iklan Rokok di Kota Mataram”. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa slogan iklan di Kota Mataram ditemukan seluruh slogan memiliki makna leksikal, makna gramatikal, dan makna kontekstual. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian tersebut dengan objek yang berbeda dan dari media yang berbeda.

Keraf (2006:112) mengemukakan bahwa gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Kata *style* diturunkan dari kata Latin *stilus*, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Keahlian menggunakan alat ini akan memengaruhi jelas tidaknya lukisan pada lempengan tadi. Kelak pada waktu penekanan dititikberatkan pada keahlian untuk menulis indah, maka *style* lalu berubah menjadi kemampuan dan keahlian untuk menulis atau mempergunakan kata-kata indah.

Gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Pendek kata, penggunaan gaya bahasa tertentu dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu (Dale, et all, 1971: 220). Gaya bahasa adalah

cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung tiga unsur berikut: kejujuran, sopan-santun, dan menarik (Keraf, 1985: 113).

Selanjutnya, mengenai jenis-jenis gaya bahasa, Tarigan (1985:6) mengemukakan bahwa gaya bahasa dapat dikategorikan dalam berbagai cara. Lain penulis lain pula klasifikasi yang dibuatnya. Ada sekitar enam puluh buah gaya bahasa yang dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelompok besar, yaitu gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa pertautan, dan gaya bahasa perulangan.

Keraf (2006:115) mengemukakan bahwa pandangan-pandangan atau pendapat-pendapat tentang gaya bahasa sejauh ini, sekurang-kurangnya dapat dibedakan, pertama dilihat dari segi nonbahasa, dan kedua dilihat dari segi bahasanya sendiri.

Dilihat dari segi nonbahasa, *style* (gaya bahasa) dapat dibagi atas tujuh pokok, yaitu berdasarkan pengarang, masa, media, subjek, tempat, hadirin, dan tujuan. Dilihat dari segi bahasanya, gaya bahasa dibedakan berdasarkan (1) pilihan kata, (2) nada yang terkandung dalam wacana, (3) struktur kalimat, dan (4) langsung tidaknya makna.

Keraf (2006:117) mengemukakan bahwa gaya bahasa berdasarkan pilihan kata mempersoalkan kata mana yang paling tepat dan sesuai untuk posisi-posisi tertentu dalam kalimat, serta tepat tidaknya penggunaan kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat.

Dengan kata lain, gaya bahasa ini mempersoalkan ketepatan dan kesesuaian dalam menghadapi situasi-situasi tertentu.

Keraf (2006:121) mengemukakan bahwa gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Seringkali sugesti ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan sugesti suara dari pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan.

Keraf (2006:124) mengemukakan bahwa gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat dapat dijadikan landasan untuk menciptakan gaya bahasa. Struktur kalimat di sini adalah kalimat bagaimana tempat sebuah unsur kalimat yang dipentingkan dalam kalimat tersebut.

Struktur kalimat dalam gaya bahasa dikategorikan dalam tiga jenis. Bila bagian yang terpenting atau gagasan yang mendapat penekanan ditempatkan di akhir kalimat berarti kalimat tersebut bersifat *periodik*. Bila bagian kalimat yang mendapat penekanan ditempatkan di awal kalimat berarti kalimat tersebut bersifat *kendur*. Bagian yang kurang penting atau semakin kurang penting dideretkan sesudah bagian yang dipentingkan tadi. Jenis yang ketiga adalah *kalimat berimbang*, yaitu kalimat yang mengandung dua bagian kalimat atau lebih yang kedudukannya sama tinggi atau sederajat.

Berdasarkan ketiga macam struktur kalimat sebagai yang dikemukakan di atas, terlihat gaya bahasa sebagai berikut: klimaks, antiklimaks, paralelisme, anti-thesis, dan repetisi.

Keraf (2006:129) mengemukakan bahwa gaya bahasa berdasarkan

makna diukur dari langsung tidaknya, yaitu apakah acuan yang dipakai masih mempertahankan makna denotatifnya atau sudah ada penyimpangan. Bila acuan yang digunakan itu masih mempertahankan makna dasar, bahasa itu masih bersifat polos (makna denotatif). Akan tetapi, bila sudah ada perubahan makna, entah berupa makna konotatif atau sudah menyimpang jauh dari makna denotatifnya, acuan itu dianggap sudah memiliki gaya sebagai yang dimaksudkan di sini.

Gaya bahasa berdasarkan ketidaklangsungan makna ini biasanya disebut sebagai *trope* atau *figure of speech*. Istilah *trope* sebenarnya berarti ‘pembalikan’ atau ‘penyimpangan’. Kata *trope* lebih dulu populer sampai dengan abad XVIII. Karena ekkses yang terjadi sebelumnya, *trope* dianggap sebagai penggunaan bahasa yang indah dan menyenangkan. Sebab itu, pada abad XVIII istilah itu mulai diganti dengan *figure of speech*.

Terlepas dari konotasi kedua istilah itu, kita dapat mempergunakan kedua istilah itu dengan pengertian yang sama, yaitu suatu penyimpangan bahasa secara evaluatif atau secara emotif dari bahasa biasa, entah dalam (1) ejaan, (2) pembentukan kata, (3) konstruksi, (kalimat, klausa, frasa), atau (4) aplikasi sebuah istilah, untuk memperoleh kejelasan, penekanan, hiasan, humor, atau semua efek yang lain. *Trope* atau *figure of speech* dengan demikian memiliki bermacam-macam fungsi: menjelaskan, memperkuat, menghidupkan objek mati, menstimulasi asosiasi, menimbulkan gelak ketawa, atau untuk hiasan.

Gaya bahasa yang disebut *trope* atau *figure of speech* dalam uraian di atas dibagi atas dua kelompok, yaitu *gaya bahasa retorik*, yang semata-mata merupakan penyimpangan dari konstruksi biasa untuk mencapai efek tertentu, dan *gaya bahasa kiasan* yang merupakan penyimpangan yang lebih jauh, khususnya dalam bidang makna. Macam-macam gaya bahasa retorik yang dimaksud di atas adalah: aliterasi, asonansi, anastrof, apofosis, apastrof, asindenton, polisindenton, kiasmus, ellipsis, eufemismus, litotes, histeron proteron, pleonasme, periphraasis, prolepsis pertanyaan retorik, silepsis, koreksio, hiperbola, paradoks, oksimoron (Keraf, 2006:130—136).

Gaya bahasa kiasan terbagi menjadi persamaan atau simile, metafora, alegori, parabel dan fable, personifikasi, alusi, eponim, epitet, sinekdoke, metonimia, antonomasia, hipalase, lironi, sinisme, dan sarkasme, satire, innuendo, pun atau paronomasia.

Ada bermacam-macam gaya bahasa dan ada beragam pula cara pengelompokkannya. Menurut Tarigan (1985:6), bagian jenis gaya bahasa adalah sebagai berikut.

Pertama, gaya bahasa perbandingan. Dalam kelompok gaya bahasa perbandingan ini paling sedikit termasuk sepuluh jenis gaya bahasa, yaitu: Perumpamaan, Metafora, Personifikasi, Depersonifikasi, Alegori, Anistesis, Pleonasme dan tautologi Perifraasis, Antisipasi atau prolepsis, Koreksio atau epanortesis.

Kedua, gaya bahasa pertentangan. Dalam kelompok gaya bahasa pertentangan ini paling sedikit termasuk dua puluh jenis gaya bahasa, yaitu Hiperbola, Litotes, Ironi,

Oksimoron, Paronomasia, Paralipsis, Zeugma dan silepsis, Satire, Inuendo, Antifrasis, Paradoks, Klimaks, Antiklimaks, Apostrof, Anastrof atau inversi, Apofasis atau preterisio, Histeron proteron, Hipalase, Sinisme, dan Sarkasme.

Ketiga, gaya bahasa pertautan. Dalam kelompok gaya bahasa pertautan ini paling sedikit termasuk tiga belas gaya bahasa, yaitu: Metonimia, Sinekdoke, Alusi, Eufemisme, Eponim, Epitet, Antonomasia, Erotesis, Paralelisme, Elipsis, Gradasi, Asindenton, dan Polisidenton.

Keempat, gaya bahasa perulangan. Dalam kelompok gaya bahasa perulangan ini paling sedikit dua belas gaya bahasa, yaitu: Aliterasi, Asonansi, Antanaklasis, Kiasmus, Epizeukis, Tautotes, Anafora, Epistrofa, Simpleks, Mesodiplopsi, Epanalepsi, Anadiplopsi.

Jenis-jenis gaya bahasa yang terdapat dalam penelitian ini adalah gaya bahasa gaya bahasa tidak resmi, percakapan, sederhana, paralelisme, repetisi, antitesis, asonansi, anastrof, asindenton, kiasmus, personifikasi, eponim dan metonimia.

Gaya bahasa tidak resmi merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Bentuknya tidak terlalu konservatif. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, artikel-artikel mingguan atau bulanan yang baik, dalam perkuliahan, editorial, kolumnis, dan sebagainya. Singkatnya gaya bahasa tak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum terpelajar.

Menurut sifatnya, gaya bahasa tak resmi ini dapat juga memperlihatkan suatu jangkang variasi, mulai dari bentuk informal yang paling tinggi (yang sudah bercampur dan mendekati gaya resmi) hingga gaya bahasa percakapan kaum terpelajar (Keraf, 2006: 118—119).

Sejalan dengan kata-kata percakapan, terdapat juga gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa ini, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Namun, di sini harus ditambahkan segi-segi morfologis dan sintaksis, yang secara bersama membentuk gaya bahasa percakapan ini. Biasanya segi-segi sintaksis tidak terlalu diperhatikan, demikian pula segi-segi morfologis yang biasa diabaikan sering dihilangkan. Kalau dibandingkan dengan gaya bahasa resmi dan gaya bahasa tak resmi, gaya bahasa percakapan ini dapat diumpamakan sebagai bahasa sebagai bahasa dalam pakaian sport (Keraf, 2006:120).

Gaya bahasa sederhana biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Sebab itu, untuk mempergunakan gaya ini secara efektif, penulis harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup.

Karena gaya ini biasanya dipakai dalam memberi instruksi, pelajaran, dan sebagainya, gaya ini cocok pula digunakan untuk menyampaikan fakta atau pembuktian. Untuk membuktikan sesuatu, kita tidak perlu memancing emosi dengan menggunakan gaya mulia dan bertenaga. Bila untuk maksud-maksud tersebut emosi ditonjolkan, fakta atau jalan pembuktian akan merosot peranannya. Gaya ini dapat memenuhi

keinginan dan keperluan penulis, tanpa bantuan dari kedua gaya lainnya (Keraf, 2006:121).

Paralelisme adalah semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Kesejajaran tersebut dapat pula berbentuk anak kalimat yang bergantung pada sebuah induk kalimat yang sama. Gaya ini lahir dari struktur kalimat yang berimbang (Keraf, 2006:126).

Antitesis adalah sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan yang bertentangan, dengan mempergunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan. Gaya ini timbul dari kalimat berimbang (Keraf, 2006:126—127).

Repetisi merupakan perulangan bunyi, suku kata, atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Dalam bagian ini, hanya akan dibicarakan repetisi yang berbentuk kata atau frasa atau klausa. Karena nilainya dianggap tinggi, maka dalam oratori timbullah bermacam-macam variasi repetisi (Keraf, 2006:127).

Asonansi merupakan semacam gaya bahasa yang berwujud perulangan bunyi vokal yang sama. Biasanya dipergunakan dalam puisi, kadang-kadang juga dalam prosa untuk memperoleh efek penekanan atau sekadar keindahan (Keraf, 2006:130).

Anastrof atau inversi adalah semacam gaya atau *retoris* yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat (Keraf, 2006:130).

Asindenton adalah suatu gaya yang berupa acuan, yang bersifat

padat dan mampat di mana beberapa kata, frasa, atau klausa yang sederajat tidak dihubungkan dengan kata sambung. Bentuk-bentuk ini biasanya dipisahkan saja dengan koma, seperti ucapan terkenal dari Julius Caesar: *Veni, vidi, vici*, “saya datang, saya lihat, saya menang” (Keraf, 2006:131).

Kiasmus (*chiasmus*) adalah semacam acuan atau gaya bahasa yang terdiri dari dua api bagian, baik frasa atau klausa, yang sifatnya berimbang, dan dipertentangan satu sama lain, tetapi susunan frasa atau klausanya itu terbalik bila dibandingkan dengan frasa atau klausa lainnya (Keraf, 2006:132).

Personifikasi atau *prosopopeia* adalah semacam gaya bahasa kiasan yang menggambarkan benda-benda mati atau barang-barang yang tidak bernyawa seolah-olah memiliki sifat-sifat kemanusiaan. Personifikasi (peng-insanan) merupakan suatu corak khusus dari metafora, yang mengiaskan benda-benda mati bertindak, berbuat, berbicara seperti manusia (Keraf, 2006:140).

Eponim merupakan gaya seseorang yang namanya begitu sering dihubungkan dengan sifat tertentu, sehingga nama itu dipakai untuk menyatakan sifat itu. Misalnya: *Hercules* dipakai untuk menyatakan “kekuatan”; *Hellen dari Troya* untuk menyatakan “kecantikan”.

Metonimia diturunkan dari kata Yunani *meta* yang berarti ‘menunjukkan perubahan’ dan *onoma* yang berarti ‘nama’. Dengan demikian, metonimia adalah suatu gaya bahasa yang mempergunakan sebuah kata untuk menyatakan suatu hal lain, karena mempunyai pertalian yang sangat dekat. Hubungan itu dapat berupa penemu untuk hasil

penemuan, pemilik barang yang dimiliki, akibat untuk sebab, sebab untuk akibat, isi untuk menyatakan kulitnya, dan sebagainya. Metonimia dengan demikian adalah suatu bentuk dari sinekdoke.

Semantik dalam bahasa Indonesia (Inggris: *semantics*) berasal dari bahasa Yunani *sema* (kata benda yang berarti 'tanda' atau 'lambang'. Kata kerjanya adalah *semaino* yang berarti 'menandai' atau 'melambangkan'. Yang dimaksud dengan tanda atau lambang di sini sebagai padanan kata *sema* itu adalah tanda linguistik (Prancis: *signe linguistique*) seperti yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure (1966), yaitu yang terdiri atas (1) komponen yang mengartikan, yang berwujud bentuk-bentuk bunyi bahasa dan (2) komponen yang diartikan atau makna dari komponen yang pertama itu. Kedua komponen itu merupakan tanda atau lambang; sedangkan yang ditandai atau yang dilambanginya adalah sesuatu yang berada di luar bahasa yang lazim disebut referen atau hal ditunjuk (Chaer, 2013:2).

Chaer (2013:59) membagi makna atas beberapa jenis. Pertama, makna leksikal dan makna gramatikal, yakni leksikal berbentuk adjektiva yang diturunkan dari bentuk nomina *leksikon* (vokabuler, kosa kata, perbendaharaan kata). Satuan dari leksikon adalah *leksem*, yaitu satuan bentuk bahasa yang bermakna. Kalau leksikon kita samakan dengan kosakata atau perbendaharaan kata, maka *leksem* dapat kita persamakan dengan kata. Dengan demikian, makna leksikal dapat diartikan sebagai makna yang bersifat leksikon, bersifat leksem, atau bersifat. Lalu, karena itu dapat pula dikatakan

makna leksikal adalah makna yang sesuai dengan referennya, makna yang sesuai dengan hasil observasi alat indra, atau makna yang sungguh-sungguh nyata dalam kehidupan kita. Umpamanya, kata *tikus* makna leksikalnya adalah sebangsa binatang pengerat yang dapat menyebabkan timbulnya penyakit tifus. Makna ini tampak jelas dalam kalimat *Tikus itu mati diterkam kucing*, atau, atau dalam kalimat *Panen kali ini gagal akibat serangan hama tikus*. Kata *tikus* pada kedua kalimat jelas merujuk kepada binatang tikus, bukan kepada yang lain.

Makna leksikal biasanya dipertentangkan atau dioposisikan dengan makna gramatikal. Kalau makna leksikal itu berkenaan dengan makna leksem atau makna yang sesuai dengan referennya, makna yang hadir sebagai akibat adanya proses gramatika seperti proses afiksasi, proses duplikasi, dan proses komposisi (Chaer, 2013:6—62).

Kedua, makna referensi dan nonreferensial. Perbedaan makna referensial dan makna nonreferensial ini berdasarkan ada tidak adanya referen dari kata-kata itu. Bila kata-kata itu mempunyai referen, yaitu sesuatu di luar bahasa yang diacu oleh kata itu, kata tersebut disebut kata bermakna referensial. Kalau kata-kata itu tidak mempunyai referen, kata itu disebut kata bermakna nonreferensial. Kata *meja* dan *kursi* termasuk kata yang bermakna referensial karena keduanya mempunyai referen, yang sejenis perabot rumah tangga yang disebut "meja" dan "kursi". Sebaliknya kata *karena* dan *tetapi* termasuk kata yang bermakna nonreferensial (Chaer, 2013:63—64).

Ketiga, makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif (sering juga disebut makna denotasional, makna konseptual, atau makna kognitif karena dilihat dari sudut yang lain) pada dasarnya sama dengan makna referensial sebab makna denotatif ini lazim diberi penjelasan sebagai makna yang sesuai dengan hasil observasi menurut penglihatan, penciuman, pendengaran, perasaan, atau penguasaan lainnya. Jadi, makna denotatif ini menyangkut informasi faktual objektif. Lalu, karena itu makna denotasi sering disebut sebagai “makna sebenarnya”. Umpamanya, kata *perempuan* dan *wanita* kedua kata ini mempunyai makna denotasi yang sama, yaitu manusia dewasa bukan laki-laki, begitu juga kata gadis dan perawan; kata istri dan bini. Kata *gadis* dan *perawan* memiliki makna denotasi yang sama, yaitu ‘wanita yang belum bersuami’ atau belum pernah bersetubuh; sedangkan kata *istri* dan *bini* memiliki makna denotasi yang sama, yaitu ‘wanita yang mempunyai suami’.

Makna konotasi sebuah kata dapat berbeda dari satu kelompok masyarakat yang satu dengan kelompok masyarakat yang lain, sesuai dengan pandangan hidup dan norma-norma penilaian kelompok masyarakat tersebut. Makna konotatif dapat juga berubah dari waktu ke waktu. Misalnya kata *ceramah* dulu kata ini berkonotasi negatif karena berarti ‘cerewet’, tetapi sekarang konotasinya positif. Sebaliknya kata *perempuan* dulu sebelum zaman Jepang berkonotasi netral, tetapi kini berkonotasi negatif (Chaer, 2013:65—66).

Keempat, makna kata dan makna istilah. Perbedaan adanya makna

kata dan makna istilah berdasarkan ketepatan makna kata itu dalam penggunaannya secara umum dan secara khusus. Dalam penggunaan bahasa secara umum acapkali kata-kata itu digunakan secara tidak cermat sehingga maknanya bersifat umum. Akan tetapi, dalam penggunaan secara khusus, dalam bidang kegiatan tertentu, kata-kata itu digunakan secara cermat sehingga maknanya pun menjadi tepat.

Makna sebuah kata, walaupun secara sinkronis tidak berubah, tetapi karena berbagai faktor dalam kehidupan, dapat menjadi bersifat umum. Makna kata itu baru menjadi jelas kalau sudah digunakan di dalam suatu kalimat. Kalau lepas dari konteks kalimat, makna kata itu menjadi umum dan kabur. Misalnya kata *tahanan*. Apa makna kata tahanan? Mungkin saja yang dimaksud dengan tahanan itu adalah ‘orang yang ditahan’, atau mungkin makna yang lainnya lagi. Berbeda dengan kata yang maknanya masih bersifat umum, maka istilah memiliki makna yang tetap dan pasti. Ketetapan dan kepastian makna istilah itu karena istilah itu hanya digunakan dalam bidang kegiatan atau keilmuan tertentu (Chaer, 2013:70).

Kelima, makna konseptual dan makna asosiatif. Makna konseptual adalah makna yang sesuai dengan konsepnya, makna yang sesuai dengan referennya, dan makna yang bebas dari asosiasi atau hubungan apapun. Jadi, sebenarnya makna konseptual ini sama dengan makna referensial, makna leksikal, dan makna denotatif. Sedangkan makna asosiatif adalah makna yang dimiliki sebuah kata berkenaan dengan adanya hubungan kata itu dengan keadaan di luar

bahasa. Misalnya, kata *melati* berasosiasi dengan makna ‘suci’, atau ‘kesucian’; kata *merah* berasosiasi dengan makna berani ‘berani’, atau juga ‘dengan golongan komunis’; kata *cendrawasih* berasosiasi dengan makna ‘indah’ (Chaer, 2013:72).

Keenam, makna idiomatikal dan peribahasa. Makna idiomatikal adalah makna sebuah satuan bahasa (entah kata, frase, atau kalimat) yang “menyimpang” dari makna leksikal atau makna gramatikal unsur-unsur pembentuknya. Untuk mengetahui makna idiom sebuah kata (frase atau kalimat) tidak ada jalan lain selain mencarinya dalam kamus. Peribahasa bersifat memperbandingkan atau mengumpamakan makna lazim juga disebut dengan nama pengumpamaan. (Chaer, 2013:74—75).

Ketujuh, makna kias, yakni semua bentuk bahasa (baik kata, frase, maupun kalimat) yang tidak merujuk pada arti sebenarnya (arti leksikal, arti konseptual, atau arti denotatif) disebut mempunyai arti kiasan (Chaer, 2013:77).

Kedelapan, makna lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Dalam kajian tindak tutur (*speech act*) dikenal adanya

makna lokusi, ilokusi, dan makna perlokusi). Yang dimaksud dengan makna lokusi adalah makna seperti yang dinyatakan dalam ujaran, makna harfiah, atau makna apa adanya. Sementara, yang dimaksud dengan makna ilokusi adalah makna seperti yang dipahami oleh pendengar. Sebaliknya, yang dimaksud dengan makna perlokusi adalah makna seperti yang diinginkan oleh penutur (Chaer, 2013:78).

2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah slogan-slogan lingkungan hidup yang diambil dari situs internet (www.pribahasaindonesia.com). Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teori gaya bahasa dan semantik. Melalui penelitian ini akan dapat dilihat gaya bahasa dan makna apa saja yang terkandung dalam slogan lingkungan hidup.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Gaya Bahasa dalam Slogan

Tabel 1
Gaya Bahasa Slogan Lingkungan Hidup

No	Gaya Bahasa	Frekuensi	Contoh Gaya Bahasa
1	Sederhana	49	1) Ayo selamatkan bumi! 2) Selamatkan bumi untuk generasi penerus kita. 3) Bumi adalah salah satunya planet perpenghuni; Selamatkanlah! 4) Jadikan setiap harimu hari bumi! 5) Sekarang waktunya untuk bertindak; Ayo selamatkan bumi! 6) Bersatu untuk menjadikan bumi bebas polusi! 7) Selamatkan bumi dari pemanasan global!

-
- 8) Berikan planet kita kesempatan untuk bebas dari polusi!
 - 9) Jagalah bumi dari polusi.
 - 10) Patuhilah hukum-hukum lingkungan!
 - 11) Ayo selamatkan lingkungan kita.
 - 12) Tingkatkan kesadaran pada lingkungan.
 - 13) Cegah bahaya dari lingkungan yang tidak sehat.
 - 14) Sadarkan orang-orang dari bahaya polusi.
 - 15) Berikan pemanasan bukan polusi.
 - 16) Polusi tidak keren, jadi jangan bodoh!
 - 17) Jangan biarkan siapapun mengotori lingkunganmu.
 - 18) Katakan tidak pada polusi di dalam setiap momen hidupmu.
 - 19) Hindari penggunaan kantong plastik.
 - 20) Gunakan pembungkus kertas untuk menggantikan kantong plastik.
 - 21) Gunakan selalu kantong plastik yang mudah terurai.
 - 22) Buang sampah pada tempat yang seharusnya.
 - 23) Jadikan bumi ini sebuah surga hijau.
 - 24) Jaga mesin kendaraan Anda selalu dalam kondisi baik.
 - 25) Terus berinvestasi pada teknologi hijau.
 - 26) Jaga pantai-pantaimu tetap bersih.
 - 27) Jangan pernah jadikan lautmu tempat sampah.
 - 28) Cintai lautmu dengan merawat mereka.
 - 29) Lestarkan sumber daya alam dan ekosistem.
 - 30) Jadikan sumber air bebas kontaminasi.
 - 31) Buang limbah industri dengan cara yang aman.
 - 32) Bakar limbah-limbah bahaya sebelum dibuang.
 - 33) Hindari penggunaan pestisida dan pupuk kimia berlebih
 - 34) Lestarkan air dan sumber energi.
 - 35) Hanya kita yang dapat menjadikan masa depan hijau, ayo lakukan.
 - 36) Selalu minum air matang.
 - 37) Ayo lindungi sumber daya alam kita.
 - 38) Tetap bersikeras melawan perubahan iklim.
 - 39) Berkorban untuk melestarikan.
 - 40) Peliharalah alam.
 - 41) Katakan tidak pada setiap tindakan polusi.
 - 42) Jauhkan limbah industri dari air konsumsi.
 - 43) Jadikan areamu hijau dan bersih.
 - 44) Jadilah adil dalam merawat bumi.
 - 45) Hancurkan keserakahan dan lakukan
-

			penghijauan. 46) Jangan berkomprohi untuk bumi yang hijau. 47) Jadikan setiap sudut bumi hijau. 48) Terus menanam pohon untuk menghilangkan polusi suara. 49) Lakukan kebaikanmu untuk merawat air.
2	Repetisi	12	1) Selamatkan bumi; Selamatkan lingkungan! 2) Lingkungan lebih baik untuk hari yang lebih baik. 3) Semakin bersih lingkungan semakin sehat kehidupan. 4) Setiap hari adalah hari lingkungan dunia. 5) Lingkungan adalah kehidupan, polusi adalah kematian. 6) Semakin sedikit polusi, semakin baik kehidupan. 7) Polusi adalah musuh bersama, ayo selamatkan bersama-sama. 8) Masa depan hijau adalah kuning, ayo jaga tetap hijau. 9) Pemanasan global sebenarnya adalah peringatan global. 10) Jangan menjadi polusi, jadilah hijau. 11) Tanah ini tanah adalah kita, jadi siapa yang melindunginya? 12) Ayo bersama-sama selamatkan bumi!
3	Paralelisme	6	1) Merawat lingkungan adalah investasi yang paling menguntungkan. 2) Kita dapat melindungi lingkungan dengan lebih baik bersama-sama. 3) Jaga rumah dan lingkunganmu agar selalu bersih. 4) Kebersihan berarti kesehatan untuk anak-anak kita. 5) Kurangi tingkat kebisingan untuk hidup yang tenang. 6) Dua anak, satu pohon cukup untuk setiap keluarga.
4	Anastrof	1	1) Sebelum terlambat; Ayo selamatkan bumi hari ini!
5	Asonansi	3	1) Sedikit polusi adalah solusi terbaik . 2) Penanaman pohon adalah solusi yang terbaik melawan polusi. 3) Solusi terbaik dari polusi adalah mengurangnya.
6	Metonimia	8	1) Polusi udara dapat mengurangi tingkat

			kecerdasan anak kita.
			2) Polusi udara menyebabkan asma bagi anak-anak.
			3) Polusi air adalah penyebab utama penyakit lambung.
			4) Polusi air dapat menciptakan batu di ginjalmu.
			5) Kantung plastik hitam menyebabkan kanker kulit.
			6) Jangan membuang sampah sembarangan, itu akan menyebabkan hidupmu sulit.
			7) Lautan kita adalah sumber yang berharga selamatkan mereka.
			8) Mencemari lingkungan adalah kejahatan yang patut dihukum.
7	Personifikasi	3	1) Diam adalah alat terbaik untuk memerangi polusi suara.
			2) Polusi berbahaya untuk kesehatan.
			3) Polusi adalah sebuah senjata perusak yang amat besar.
8	Asindenton	1	1) <i>Reuse, Reduce, Recycle</i> dan jangan bingung.
9	Percakapan	3	1) <i>Stop</i> membakar sampah.
			2) <i>Tune-up</i> kendaraan Anda secara teratur.
			3) Berinvestasi untuk <i>go green</i> .
10	Eponim	2	1) Dari biru ke hijau selamatkan bumi.
			2) Tingkatkan volume suaramu melawan praktik abu-abu.
11	Antitesis	1	1) Nikmati makananmu tetapi jangan disia-siakan.
12	Tidak resmi	4	1) Polusi udara adalah penyebab utama dari beberapa penyakit pernapasan.
			2) Industri harus mematuhi peraturan hijau.
			3) Daur ulang dimulai dari rumah.
			4) Perawatan hijau adalah tanggung jawab sosial kita.
13	Kiasmus	1	1) Pantai-pantai adalah untuk kesenangan bukan untuk pembuangan sampah.

3.2 Makna dalam Slogan

3.2.1 Makna Leksikal

Sebagian besar slogan lingkungan hidup ini mempunyai makna leksikal.

Makna leksikal terdapat dalam slogan:

1) Ayo selamatkan bumi; 2) Selamatkan bumi untuk generasi

penerus kita; 3) Bumi adalah salah satunya planet; 4) Jadikan setiap harimu hari bumi!; 5) Sekarang

waktunya untuk bertindak; Ayo selamatkan bumi!; 6) Bersatu untuk menjadikan bumi bebas dari polusi;

7) Selamat bumi dari pemanasan global!; 8) Berikan planet kita kesempatan untuk bebas dari polusi!; 9) Jagalah bumi dari polusi; 10) Patuhilah hukum-hukum lingkungan!; 11) Ayo selamatkan lingkungan kita; 12) Tingkatkan kesadaran pada lingkungan; 13) Cari bahaya dari lingkungan yang tidak sehat; 14) Sadarkan orang-orang dari bahaya polusi; 15) Berikan pemanasan bukan polusi; 16) Polusi tidak keren, jadi jangan bodoh!; 17) Jangan biarkan siapapun mengotori lingkunganmu; 18) Selalu gunakan transportasi umum untuk mengurangi polusi suara; 19) Katakan tidak pada polusi di setiap momen hidupmu; 20) Hindari penggunaan kantong plastik; 21) Gunakan pembungkus kertas untuk menggantikan kantung plastik; 22) Gunakan selalu kantung plastik yang mudah terurai; 23) Buang sampah pada tempat yang seharusnya; 24) Jaga mesin kendaraan Anda selalu dalam kondisi baik; 25) Jaga pantai-pantaimu tetap bersih; 26) Jangan pernah jadikan lautmu tempat sampah; 27) Cintai lautmu dengan merawat mereka; 28) Lestarkan sumber daya alam dan ekosistem; 29) Jadikan sumber air bebas kontaminasi; 30) Buang limbah industri dengan cara yang aman; 31) Bakar limbah-limbah bahaya sebelum dibuang; 32) Hindari penggunaan pestisida dan pupuk kimia berlebih; 33) Lestarkan air dan sumber energi; 34) Selalu minum air matang; 35) Ayo lindungi sumber daya alam kita; 36) Terus bersikeras melawan perubahan iklim; 37) Pantai-pantai adalah untuk kesenangan bukan untuk pembuangan sampah; 38) Berkorban untuk melestarikan; 39) Peliharalah alam; 40) Katakan tidak pada setiap tindakan polusi; 41) Jauhkan limbah

industri dari air konsumsi; 42) Jadikan areamu hijau dan bersih; 43) Jadilah adil dalam merawat bumi; 44) Hancurkan keserakahan dan lakukan penghijauan; 45) Jangan berkompromi untuk bumi yang hijau; 46) Jadikan setiap sudut bumi hijau; 47) Terus menanam pohon untuk menghilangkan polusi suara; 48) Lakukan kebaikanmu untuk merawat air; 49) Selamat bumi; Selamatkan lingkungan!; 50) Lingkungan lebih baik untuk hari yang lebih baik; 51) Semakin bersih lingkungan semakin sehat kehidupan; 52) Setiap hari adalah hari lingkungan dunia; 53) Semakin sedikit polusi, semakin baik kehidupan; 54) Polusi adalah musuh bersama, ayo selamatkan bersama-sama; 55) Pemanasan global sebenarnya adalah peringatan global; 56) Tanah ini adalah kita, jadi siapa yang melindunginya?; 57) Ayo bersama-sama selamatkan bumi!; 58) Merawat lingkungan adalah investasi yang paling menguntungkan; 59) Kita dapat melindungi lingkungan dengan lebih baik bersama-sama; 60) Jaga rumah dan lingkunganmu agar selalu bersih; 61) Kebersihan berarti kesehatan untuk anak-anak kita; 62) Kurangi tingkat kebisingan untuk hidup yang tenang; 63) Sebelum terlambat; Ayo selamat bumi hari ini!; 64) Sedikit polusi adalah solusi terbaik; 65) Polusi udara dapat mengurangi tingkat kecerdasan anak kita; 66) Polusi udara menyebabkan asma bagi anak-anak; 67) Polusi air adalah penyebab utama penyakit lambung; 68) Polusi air dapat menciptakan batu ginjalmu; 69) Kantung plastik hitam menyebabkan kanker kulit; 70) Jangan membuang sampah sembarangan, itu akan menyebabkan hidupmu sulit; 71) Lautan kita adalah sumber yang

berharga selamatkan mereka; 72) Mencemari lingkungan adalah kejahatan yang patut dihukum; 73) Polusi berbahaya untuk kesehatan; 74) *Reuse, Reduce, Recycle* dan jangan bingung; 75) *Stop* membakar sampah; 76) *Tune-up* kendaraan Anda secara teratur; 77) Berinvestasi untuk *go green*; 78) Nikmati makananmu tetapi jangan disia-siakan; 79) Polusi udara adalah penyebab utama dari beberapa penyakit pernapasan; 80) Daur ulang dimulai dari rumah.

Berikut beberapa penjelasan makna leksikal yang terkandung dalam slogan tersebut.

3.2.1.1 Ayo selamatkan bumi!

Makna yang terkandung dalam slogan ini adalah bumi tempat kita hidup tinggal dan sudah mengalami kehancuran yang cukup memprihatinkan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya suhu semakin panas karena terjadinya pemanasan global.

3.2.1.2 Jangan biarkan siapapun mengotori lingkunganmu.

Makna yang terkandung dalam slogan ini adalah untuk meningkatkan kita agar menjaga kebersihan lingkungan dan tidak mengotorinya. Hal ini harus dimulai dari diri sendiri, keluarga dan masyarakat. Bila hal ini kita lakukan, lingkungan kita akan menjadi bersih.

3.2.1.3 Gunakan pembungkus kertas untuk menggantikan kantong plastik.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah himbuan kepada masyarakat untuk menggunakan pembungkus kertas daripada kantong plastik karena pembungkus kertas

lebih mudah hancur atau terurai daripada kantong plastik.

3.2.1.4 Jangan pernah jadikan lautmu tempat sampah.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah mengajak masyarakat untuk menjaga kebersihan di sepanjang pantai, terutama bagi masyarakat yang tinggal disekitar pantai dan para pengunjung pantai untuk tidak membuang sampah dipantai dan terbawa ke laut. Hal ini akan berdampak tidak baik terhadap ekosistem yang ada di laut.

3.2.1.5 Peliharalah alam.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah masyarakat diimbau untuk memelihara alam dari kehancuran seperti penebangan liar, pembakaran hutan, penambangan pasir liar, dan lain-lain. Hal ini akan berdampak buruk seperti tanah longsor serta asap yang tak kunjung hilang.

3.2.1.6 Polusi air adalah penyebab utama penyakit lambung.

Makna yang terkandung dalam slogan ini adalah pemberitahuan kepada masyarakat bahwa air yang sudah tercemar bisa berakibat buruk bagi kesehatan. Air adalah sumber kehidupan dan dikonsumsi setiap hari. Jika air yang diminum tidak bersih maka akan menimbulkan penyakit.

3.2.1.7 Jaga rumahmu dan lingkunganmu agar selalu bersih.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah himbuan untuk menjaga rumah dan lingkunganmu.

3.2.2 Makna Kias

Makna kias yang terdapat dalam slogan lingkungan hidup adalah sebagai berikut: 1) Jadikan bumi ini sebagai surga hijau; 2) Hanya kita yang dapat menjadikan masa depan hijau, ayo lakukan; 3) Lingkungan adalah kehidupan, polusi adalah kematian; 4) Masa depan hijau adalah kuning, ayo jaga tetap hijau; 5) Jangan menjadi polusi, jadilah hijau; 6) Diam adalah alat terbaik untuk memerangi polusi suara; 7) Dari biru ke hijau selamatkan bumi; 8) Tingkatkan volume suaramu melawan praktik abu-abu; 9) Industri harus mematuhi peraturan hijau; 10) Perawatan hijau adalah tanggung jawab sosial kita.

Berikut beberapa penjelasan makna kias yang terkandung dalam slogan tersebut.

3.2.2.1 Jadikan bumi ini sebagai surga hijau.

Makna yang terkandung dalam slogan ini adalah ajakan kepada masyarakat untuk menjadi bumi hijau. Dalam slogan ini bumi diibaratkan sebagai surga yang hijau apabila banyak terdapat tumbuhan dan pohon dimana-mana, hutan belantara terdapat di alam ini, sehingga ekosistem masih terjaga sehingga udara akan menjadi segar dan bersih.

3.2.2.2 Hanya kita yang dapat menjadikan masa depan hijau, ayo lakukan.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah kita (manusia) yang harus menjadikan bumi ini menjadi tempat yang nyaman untuk tempat tinggal. Banyak terdapat tumbuhan dan pohon sehingga bumi menjadi hijau.

3.2.2.3 Lingkungan adalah kehidupan, polusi adalah kematian.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah lingkungan yang bersih merupakan sumber kehidupan bagi manusia, seperti udara yang bersih, air yang bersih dan lingkungan yang bersih sementara polusi akan menimbulkan banyak penyakit dan bisa menyebabkan kematian.

3.2.2.4 Jangan menjadi polusi, jadilah hijau.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah imbauan kepada seluruh masyarakat untuk tidak melakukan tindakan atau perbuatan yang menyebabkan terjadinya berbagai polusi tetapi berbuat sesuatu untuk menjadikan bumi ini tempat yang nyaman, banyak pepohonan dan bersih dari polusi.

3.2.2.5 Perawatan hijau adalah tanggung jawab sosial kita.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah imbauan kepada masyarakat untuk merawat tanaman, pohon, menciptakan suasana yang hijau (penuh dengan pepohonan) dan ramah lingkungan. Masyarakat diminta untuk mengurangi polusi yang ada di muka bumi ini. Hal ini merupakan tanggung jawab kita bersama tidak hanya tanggung jawab pemerintah.

3.2.3 Makna Asosiatif

Makna asosiatif terdapat dalam slogan sebagai berikut.

3.2.3.1 Terus berinvestasi pada teknologi hijau.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah himbauan kepada

seluruh masyarakat berinvestasi pada teknologi yang ramah lingkungan.

3.2.3.2 Polusi adalah sebuah senjata perusak yang amat besar.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah polusi diibaratkan sebagai senjata yang dapat merusak lingkungan. Jika terjadi polusi, lingkungan akan menjadi rusak.

3.2.4 Makna Ilokusi

Makna ilokusi terdapat pada slogan berikut.

3.2.4.1 Jangan membuang sampah sembarangan, itu akan menyebabkan hidupmu sulit.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah mengimbau masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan karena akan membuat hidup hidup menjadi sulit. Jika hal ini dilakukan, bencana seperti; banjir, penyakit, susah mencari air bersih dan lain-lain akan muncul dan tentu saja hal-hal tersebut akan membuat hidup kita menjadi sulit.

3.2.4.2 Dua anak, satu pohon cukup untuk setiap keluarga.

Makna yang terkandung dalam slogan adalah himbuan kepada masyarakat untuk mengikuti program pemerintah dengan memiliki 2 orang anak untuk setiap keluarga. Selain mempunyai 2 orang anak, setiap keluarga dihimbau untuk menanam pohon di halaman rumah karena pohon banyak memberikan kebaikan pada lingkungan dan manusia.

4. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat

disimpulkan bahwa gaya bahasa yang terdapat pada slogan lingkungan hidup berupa bermacam-macam gaya bahasa, yang terdiri dari empat puluh sembilan gaya bahasa sederhana, dua belas gaya bahasa repetisi, enam gaya bahasa paralelisme, satu gaya bahasa anastrof, tiga gaya bahasa asonansi, delapan gaya bahasa metonimia, tiga gaya bahasa personifikasi, satu gaya bahasa asindenton, tiga gaya bahasa per-cakapan, tiga gaya bahasa eponim, satu gaya bahasa antitesis, empat gaya bahasa tidak resmi, dan satu gaya bahasa kiasmus. Makna yang terdapat dalam gaya bahasa tersebut adalah delapan puluh makna leksikal, sepuluh makna kias, dua makna asosiatif, dan dua makna ilokusi.

Gaya bahasa yang paling banyak terdapat adalah gaya bahasa sederhana karena slogan lingkungan hidup ini merupakan instruksi dan himbuan kepada masyarakat untuk menjaga lingkungan agar tetap hidup ini merupakan instruksi dan himbuan kepada masyarakat untuk menjaga lingkungan agar tetap hijau. Lingkungan yang hijau akan memberikan manfaat bagi kehidupan kita.

Beberapa slogan lingkungan hidup ini menggunakan istilah asing (bahasa Inggris). Misalnya,

- (1) *Reuse, reduce, recycle* dan jangan bingung;
- (2) *Stop* membakar sampah;
- (3) *Tune-up* kendaraan Anda secara teratur;
- (4) Berinvestasi untuk *go green*.

Daftar Pustaka

Alwi, H. dkk. (2003). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia (edisi ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Chaer, A. (2013). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dale, E. (et al). (1971). *Techniques of Teaching Vocabulary*. Palo Alto, California: Field Educational Publication, Incorporated.
- Fajriani, N. (2016). Analisis Makna Slogan Iklan Rokok Di Kota Mataram.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Keempat*. (2008). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, G. (1985). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Keraf, G. (2006). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Lazfihma. (2014). *Analisis Gaya Bahasa Dalam Iklan Minuman*. Fakultas Bahasa dan Seni UNY.
- Marwati, D. R. (2014). Analisis Aspek Makna Tujuan Pada Slogan Lalu-Lintas Di Kota Surakarta.
- Pardjimin. (2005). *Bahasa Indonesia Untuk SMP Kelas XIII*. Bogor: Yudhistira.
- Sukini. (2005). *Bahasa dan Sastra Indonesia untuk SMP Kelas XIII*. Jakarta: Widya Duta Grafika.
- Tarigan, H. G. (1985). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.