

PERSUASIVE MARKER MEDIA LANGUAGE PUBLICATIONS ON PROSPECTIVE CANDIDATES THE GOVERNOR OF RIAU 2018-2023 PERIOD

Hamdan Ali¹, Auzar², Dudung Burhanuddin³

AliiHamdaan21@gmail.com, auzarthaer54@gmail.com, dudungburhanuddin@gmail.com
No Hp 082282827661

*Indonesian Language and Literature Education
Faculty of Teacher Training and Education
Riau University*

*Bina Widya College J. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277*

Abstract : *The use of publicity media Prospective Candidate Governor of the Riau period 2018-2023 strongly assessed the candidate's goal of sitting in the chair they dreamed. Use of media publications that are often encountered, such as banners, billboards, on social media. Media publications are not spared from using convincing marker. The use of markers is essential for optimizing campaign sending messages. The aim of this study is to determine what marker and meaning contains in the media publication candidate governor of Riau period 2018-2023. The type of research used is qualitative research. Used techniques for data collection are documentation techniques. The first step is to take photos of banners, billboards and screenshots of electronic media containing the publication of the Governor Candidate Riau Candidate. Secondly, look up the publishing media that is supposed to have the same content. The results indicate that there is a convincing marker in the language of the publishing media candidate governor of Riau. First, the claim is a statement with a convincing purpose, divided into two, ie an explicit claim (contains a solemn invitation) and an implicit claim (which contains a call in secret). Secondly, the warrant is a statement that has been packaged in the form of an invitation or persuasion and is not impressed being forced to elect the candidate governor. Third, convincing data based on data or facts to reinforce the argumentation of the Governor Candidate's message. It is not enough to understand the convincing meaning of the publication media, but it sometimes requires us to understand more deeply in terms of meaning and context. Indirect meanings will be more difficult to interpret than direct intentions. That is why the opponent has to worry about the context surrounding the speech.*

Keywords: *marker, persuasive, media*

PEMARKAH PERSUASIF PADA BAHASA MEDIA PUBLIKASI BAKAL CALON GUBENUR RIAU PERIODE 2018-2023

Hamdan Ali¹, Auzar², Dudung Burhanuddin³

AliiHamdaan21@gmail.com, auzarthaher54@gmail.com, dudungburhanuddin@gmail.com

No Hp 082282827661

Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Kampus Bina Widya J. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

Abstrak : Penggunaan media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau periode 2018-2023 dinilai sangat menunjang tujuan kandidat untuk duduk di kursi yang mereka impikan. Penggunaan media publikasi yang banyak dijumpai seperti spanduk, baliho, hingga media sosial. Media publikasi tersebut tak luput dari penggunaan pemarkah persuasif, Penggunaan pemarkah tersebut sangat berperan dalam optimalisasi penyampaian pesan kampanye. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja pemarkah dan makna yang terdapat pada media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau periode 2018-2023. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi. Langkah yang digunakan pertama, mengambil gambar spanduk, baliho, dan tangkapan layar dari media elektronik yang berisi publikasi Bakal Calon Gubernur Riau. Kedua, memilah media publikasi yang dianggap memiliki isi yang sama. Hasil penelitian menyatakan bahwa, terdapat adanya pemarkah persuasif pada bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau. Pertama, claim yaitu pernyataan dengan tujuan persuasif yang dibagi menjadi dua yaitu claim eksplisit (berisi ajakan secara lugas) dan claim implisit (berisi ajakan secara tersembunyi). Kedua, warrant yaitu pernyataan yang dikemas dalam bentuk ajakan atau bujukan dan tidak terkesan memaksa untuk memilih Calon Gubernur tersebut. Ketiga, data yaitu persuasif yang mengandalkan data-data atau fakta untuk memperkuat argumentasi dari pesan yang disampaikan Calon Gubernur tersebut. Memahami makna persuasif pada media publikasi tidak cukup dengan membacanya saja, namun terkadang mengharuskan kita untuk memahami lebih dalam dari segi makna dan juga konteks. Makna yang tidak langsung akan lebih sulit penafsirannya dibandingkan dengan maksud yang langsung. Oleh karena itu, lawan tutur harus memperhatikan konteks yang melingkupi tuturan tersebut.

Kata Kunci : Pemarkah, persuasif, media

PENDAHULUAN

Pemilihan Gubernur / Wakil Gubernur, Bupati, dan Walikota merupakan amanat Undang-undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagaimana disebutkan dalam Bab VI Pemerintahan Daerah pasal 18 ayat 4 sebagai berikut: Gubernur, Bupati dan Walikota masing-masing sebagai Kepala Pemerintah Daerah Provinsi, Kabupaten dan Kota dipilih secara demokratis. Kemudian diatur lebih lanjut dalam UU Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, Gubernur/Wakil Gubernur, Bupati/Wakil Bupati, dan Walikota/Wakil Walikota, adalah jabatan politik atau jabatan publik yang didalamnya melekat mekanisme dan nilai-nilai demokratis (terbuka dan akuntabel) dalam proses pemilihan dan pertanggungjawaban terhadap tugasnya. Mekanisme pemilihan kepala daerah disebut demokratis apabila memenuhi beberapa parameter seperti yang dikatakan Afan Gaffar (dalam Joko Prihatmoko, 2005:35), parameter Pilkada dapat dikatakan demokratis ditentukan oleh beberapa faktor antara lain: Pemilihan Umum, Rotasi Kekuasaan, Rekrutmen Terbuka dan Akuntabilitas Publik.

Sebagai sebuah aktivitas politik, pemilihan umum pastinya memiliki fungsi-fungsi yang saling berkaitan atau interdependensi. Adapun fungsi-fungsi dari pemilihan umum kepala daerah itu sendiri adalah : Sebagai Sarana Legitimasi Politik, Fungsi Perwakilan Politik dan Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Sebagai Mekanisme Bagi Pergantian atau Sirkulasi Elit Penguasa Tingkat Daerah, dan Sebagai Sarana Pendidikan Politik Bagi Rakyat

Pemilihan Kepala daerah secara langsung merupakan arena penting didalam melakukan rekrutmen kepala daerah ditingkat lokal dan juga wahana menselaraskan nilai-nilai demokrasi dalam bingkai negara kesatuan. Di tingkat provinsi hajatan demokrasi ini lebih dikenal dengan istilah pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur. Dalam pelaksanaan pesta demokrasi ini para calon yang akan maju didalam pemilihan berlomba lomba untuk dapat menarik perhatian pemilih. Sehingga perlu adanya cara maupun strategi yang dianggap mampu menarik perhatian pemilih dan jugadigunakan untuk dapat mengungguli kandidat lainnya. Sebuah kontestan sulit memenangkan Pemilu tanpa mengetahui peta kekuatan pesaing, para pemilih dan faktor- faktor lainnya (Firmanzah, 2007).

Kehidupan politik di Indonesia tidak dapat dilepaskan dengan *'trend'* yang terjadi di dunia global. Pasca reformasi, terdapat semangat emansipasi dan demokratisasi politik telah meningkatkan intensitas persaingan politik di Indonesia (Firmanzah, 2004; 2005; 2007; 2008), sehingga politisi dan partai politik perlu merancang ulang strategi bersaing untuk memenangkan persaingan politik. Tujuan utama dari keikutsertaan kandidat pada pesta demokrasi pemilihan kepala daerah tentu saja adalah perolehan suara yang dominan untuk memenangkan persaingan politik tersebut. Berbagai usaha dilakukan untuk meningkatkan kecenderungan memilih partisipan politik. Penerapan metode dan konsep marketing dalam dunia politik disebut sebagai marketing politik, mirip dengan proses memasarkan produk, dimulai dari riset dan analisis untuk menemukan kebutuhan konsumen dan segmen pasar.

Miriam Boediardjo (1993:8) mendefinisikan politik sebagai berbagai macam kegiatan yang terjadi di suatu negara, yang menyangkut proses menentukan tujuan dan bagaimana cara mencapai tujuan itu. Dalam definisinya ini mengartikan politik sebagai tindakan yang beraneka ragam yang dilakukan oleh penguasa maupun masyarakat yang

berkaitan dengan proses menetapkan tujuan seperti GBHN yang disusun oleh MPR, dan bagaimana cara mencapai tujuan itu seperti yang dilakukan oleh pemerintah serta masukan-masukan yang diberikan oleh rakyat sehubungan dengan penyusunan dan pelaksanaan tujuan itu. Sementara itu Hoogewerf mendefinisikan politik sebagai pertarungan kekuasaan.

Maraknya publikasi bakal calon Gubernur Riau jelang Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) mendapat menuai kritikan dari masyarakat, bagaimana tidak publikasi yang berupa baliho tersebut banyak terlihat terpasang di pohon-pohon. Banyaknya publikasi bakal calon Gubernur dengan tampilan yang berbeda-beda berjejeran di pohon sangat merusak lingkungan. Publikasi para calon kandidat pesta demokrasi mendatang terkhusus di Riau tidak lain untuk memikat para pendukungnya agar lolos menahkodai Provinsi Riau.

Dalam ilmu bahasa, kita mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Menurut K. Anderson, komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Penggunaan bahasa merupakan salah satu kelebihan manusia dibandingkan makhluk lainnya di muka bumi ini. Sebagai alat komunikasi, bahasa memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dikarenakan informasi akan mudah disampaikan dengan penggunaan bahasa. Bahasa berperan mutlak dalam percakapan. Tanpa bahasa, manusia sulit melakukan interaksi satu sama lain. Hal itu tentu sangat merepotkan mengingat manusia adalah makhluk sosial yang butuh untuk saling berinteraksi.

Bahasa adalah sistem lambang yang berwujud bunyi atau bunyi ujar. Sebagai lambang tertentu ada yang dilambangkan. Maka, yang dilambangkan adalah suatu pengertian, suatu konsep, suatu ide, atau suatu pikiran yang ingin disampaikan dalam wujud bunyi itu (Abdul Chaer, 1995:3).

Begitu pula melalui bahasa, menurut Poerwadarmita (1985:5), bahasa adalah alat yang digunakan seseorang untuk melahirkan pikiran-pikiran atau gagasan-gagasan dalam perasaan. Ia berfungsi sebagai alat komunikasi antara anggota masyarakat sebagai pemakai bahasa, sehingga saling menginformasikan gagasan dan perasaannya dari informasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka timbul keinginan peneliti untuk meneliti "Pemarkah Persuasif pada Bahasa Media Publikasi Bakal Calon Gubernur Riau Periode 2018-2023". Sepengetahuan penulis belum ada peneliti lain yang meneliti tentang Persuasif pada Bahasa media Publikasi Bakal Calon Gubernur Riau, khususnya pada Periode 2018-2023.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah pertama, apa saja pemarkah persuasif yang terdapat pada Bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau? Kedua, Apa makna persuasif yang terdapat pada Bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau? Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah pertama, untuk mengetahui apa saja pemarkah yang terdapat pada Bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau? Kedua, Untuk mengetahui makna persuasif yang terdapat pada Bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau?

Manfaat yang didapat melalui penelitian ini yaitu menambah pengetahuan penulis maupun pembaca mengenai penggunaan publikasi oleh setiap Calon Gubernur Riau, menambah pengetahuan pembaca mengetahui penggunaan persuasif politik yang tepat

pada publikasi Calon Gubernur Riau, sebagai bahan pembelajaran bagi masyarakat dalam memahami persuasif yang digunakan setiap Calon Gubernur Riau.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang penulis ambil adalah data yang didapat di kawasan Kotamadya Pekanbaru. Data dikumpulkan dengan cara mengambil gambar spanduk, baliho, dan media sosial pada publikasi bakal calon Gubernur Riau, mengambil gambar tangkapan layar pada media elektronik yang berisi publikasi bakal calon Gubernur Riau, memilah Bahasa media publikasi yang dianggap memiliki isi yang sama. Data yang diperoleh selanjutnya dikelompokkan sesuai jenis bahasa media publikasi bakal calon Gubernur Riau, selanjutnya mengumpulkan seluruh kata-kata yang ada dalam Bahasa media publikasi bakal calon Gubernur Riau, menyaring Bahasa media publikasi yang dianggap sama, Memilih Bahasa yang mengandung persuasif dalam Bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau menurut bidangnya yang akan dikaji, menganalisis pemarkah persuasif pada Bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau, menafsirkan makna persuasif yang ada pada spanduk dan media sosial, lalu pengambilan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemarkah Persuasif

Setelah melakukan penelitian dan mengolah data sesuai dengan teknik pengolahan data, maka penulis mendapatkan bahwa dari 11 pasangan Bakal Calon Gubernur Riau yang berupa spanduk, baliho, dan media social terdapat 54 pemarkah persuasif yang terdiri dari 5 claim eksplisit, 34 claim implisit, 8 warrant, dan 5 data. Pemarkah persuasif yang ditemukan pada 15 spanduk adalah sebanyak 28 pemarkah, yaitu 3 claim eksplisit, 17 claim implisit, 4 warrant, dan 4 data. Selanjutnya pemarkah persuasif yang ditemukan pada 8 baliho adalah sebanyak 15 pemarkah, yaitu 2 claim eksplisit, 11 claim implisit, 1 warrant, dan 1 data. Selanjutnya pemarkah persuasif yang ditemukan pada 5 media sosial adalah sebanyak 9 pemarkah, yaitu 6 claim implisit, dan 1 warrant. Pada media sosial tidak ditemukan adanya claim eksplisit dan data.

Pada hasil penelitian ini terlihat pasangan Syamsuar – Edy lebih banyak dalam menggunakan Bahasa media publikasi yaitu sebanyak 6 bahasa media publikasi, selanjutnya H.M. Harris dan pasangan Firdaus – Rusli masing-masing sebanyak 4 Bahasa media publikasi, syamsurizal dan pasangan Lukman Edy – Hardianto masing-masing sebanyak 3 Bahasa media publikasi, pasangan Andy Rachman – Suyatno dan Eddy Tanjung masing-masing sebanyak 2 Bahasa media publikasi, dan pasangan lain masing-masing hanya 1 Bahasa media publikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pemarkah persuasif pada bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau. Pemarkah tersebut seperti “Muda jadi pejuang, tua jadi pemimpin.” yang bermakna ajakan secara implisit. pemarkah lain seperti “Ingat 27 juni 2018 coblos no 3”. Pemarkah tersebut bermakna ajakan secara

eksplisit. Alvonco (2014) mengatakan bahwa penggunaan kalimat pernyataan dengan tujuan persuasif disebut claim. Claim dibagi menjadi dua, yaitu implisit (tersirat) dan eksplisit (tersurat).

Pemarkah persuasif lain yang terdapat pada media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau seperti “Ayo ! mari bersama kita jadikan Dr. H. Firdaus, ST.MT sebagai Gubernur Riau” pemarkah tersebut berupa ajakan yang tidak terkesan memaksa. Menurut Alvonco (2014), penggunaan kalimat yang berisi ajakan yang tidak terkesan memaksa disebut warrant. Burgon dan Huffer (2002) menyatakan bahwa komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang mengajak atau membujuk orang lain tanpa adanya paksaan dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan, dan pendapat sesuai keinginan komunikator.

Pemarkah persuasif lain yang juga ditemukan pada media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau seperti “Berpengalaman dan merakyat”. Kalimat tersebut merupakan kalimat persuasif yang berupa data tentang Bakal Calon tersebut. Pada kalimat tersebut, tentu Bakal Calon bermaksud mengajak masyarakat untuk memilihnya (pada Pilgubri 2018) dengan menyatakan bahwa dirinya sudah berpengalaman di dunia pemerintahan, serta merupakan seorang sosok pemimpin yang merakyat. Dengan demikian, kalimat tersebut mengandung pemarkah persuasif. Alvonco (2014) mengatakan bahwa pemarkah persuasif yang mengandalkan data-data atau fakta untuk memperkuat argumentasi dari pesan yang disampaikan disebut data.

Pemarkah persuasif terbanyak pada media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau adalah claim implisit (34 pemarkah), selanjutnya warrant (8 pemarkah), dan terakhir claim eksplisit dan data (masing-masing 5 pemarkah).

Makna Persuasif

Makna persuasif pada media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau periode 2018-2023 sangat beragam, namun semuanya berisi ajakan untuk memilih Bakal Calon tersebut pada Pilgubri tanggal 27 Juni 2018 nantinya. Ada makna persuasif yang dapat diketahui secara jelas cukup dengan membacanya saja, namun ada juga yang mengharuskan kita untuk memahami lebih dalam dari segi makna dan juga konteks. Kalimat persuasif yang berisi ajakan secara jelas seperti kata “Lanjutkan” bermakna bahwa penutur adalah pemimpin sebelumnya, dan saat ini ia ingin melanjutkan kembali menjadi pemimpin selanjutnya. Pada umumnya masyarakat dapat dengan mudah memahami maksud dari kalimat seperti ini. Namun ada kalimat yang mengharuskan kita untuk memahami lebih dalam dari segi makna dan konteks, misalnya “Muda jadi pejuang, tua jadi pemimpin”. Secara makna, kalimat tersebut berarti ia ingin menjadi seorang pejuang di masa muda, lalu di masa tua ia ingin menjadi pemimpin. Namun jika dipahami secara konteks, kalimat yang dipakai oleh Bakal Calon tersebut berisi informasi bahwa ia merupakan anak dari seorang pemimpin, dan ia ingin mengikuti jejak ayahnya dengan maju sebagai Bakal Calon Gubernur Riau. Untuk mengetahui maksud kalimat tersebut tentu diperlukan pengetahuan yang lebih mengenai konteks tuturan tersebut. Rohmadi (2004: 104) menyebutkan bahwa setiap tuturan yang disampaikan penutur kepada lawan tutur mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Maksud yang diutarakan oleh seorang penutur tidak selamanya diutarakan secara langsung, adakalanya diutarakan secara tidak langsung. Maksud yang tidak langsung

akan lebih sulit penafsirannya dibandingkan dengan maksud yang langsung. Oleh karena itu, lawan tutur harus memperhatikan konteks yang melingkupi tuturan tersebut.

Penggunaan slogan, simbol Calon Gubernur, tipografi, hingga *hashtag* pada media sosial dilakukan dengan tujuan tidak lain adalah untuk memperkenalkan dan menarik simpati masyarakat terhadap Calon Gubernur tersebut. Mereka menganggap dengan melakukan hal tersebut, figur mereka akan lebih termomori diingatan masyarakat. Sianturi (2011: 3) menyatakan bahwa salah satu cara memperkenalkan figur calon adalah melalui berbagai atribut kampanye yang dianggap simbol representasi calon kepala daerah. Meskipun tidak memberikan pengaruh signifikan, baliho atau spanduk digunakan para calon kepala daerah untuk mencitrakan dirinya dengan menggunakan kata-kata atau gambar yang menarik.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian pembahasan maka dapat disimpulkan beberapa kesimpulan yaitu :

1. Terdapat adanya pemarkah persuasif pada bahasa media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau. Pertama, claim yaitu pernyataan dengan tujuan persuasive yang dibagi menjadi dua yaitu claim eksplisit (berisi ajakan secara lugas untuk memilih Calon Gubernur tersebut) dan claim implisit (berisi ajakan secara tersembunyi untuk memilih Calon Gubernur tersebut). Kedua, warrant yaitu pernyataan yang dikemas dalam bentuk ajakan atau bujukan dan tidak terkesan memaksa untuk memilih Calon Gubernur tersebut. Ketiga, data yaitu persuasif yang mengandalkan data-data atau fakta untuk memperkuat argumentasi dari pesan yang disampaikan Calon Gubernur tersebut.
2. Pemarkah persuasif terbanyak pada media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau adalah claim implisit (34 pemarkah), selanjutnya warrant (8 pemarkah), dan terakhir claim eksplisit dan data (masing-masing 5 pemarkah).
3. Makna persuasif pada media publikasi Bakal Calon Gubernur Riau periode 2018-2023 sangat beragam, namun semuanya berisi ajakan untuk memilih Bakal Calon tersebut pada Pilgubri tanggal 27 Juni 2018 nantinya. Ada makna persuasif yang dapat diketahui secara mudah dengan membacanya saja, namun ada juga yang mengharuskan kita untuk memahami lebih dalam dari segi makna dan juga konteks. Makna yang tidak langsung akan lebih sulit penafsirannya dibandingkan dengan maksud yang langsung. Oleh karena itu, lawan tutur harus memperhatikan konteks yang melingkupi tuturan tersebut.
4. Penggunaan slogan, simbol Calon Gubernur, tipografi, hingga *hashtag* pada media sosial dilakukan dengan tujuan tidak lain adalah untuk memperkenalkan dan menarik simpati masyarakat terhadap Calon Gubernur tersebut. Mereka

menganggap dengan melakukan hal tersebut, figur mereka akan lebih termomori diingatan masyarakat.

Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti lain diharapkan meneliti lebih luas lagi, tidak hanya sebatas spanduk, baliho dan media sosial.
2. Bakal Calon Gubernur Riau diharapkan tidak terlalu banyak dalam menyebarkan desain kampanyenya, sehingga masyarakat langsung dapat mengidentifikasi Calon Gubernur yang tercantum di Bahasa media publikasi tersebut meskipun hanya sekilas pandangan.
3. Tipografi pada spanduk Bakal Calon Gubernur Riau sebaiknya juga memperhatikan kaidah EYD.
4. Penggunaan kalimat komparasi oleh Bakal Calon Gubernur masih dinilai santun dan *fair*, maka diharap hal ini tetap berlanjut hingga tibanya waktu pencoblosan 27 Juli 2018 nanti, sehingga Pilgubri 2018 nanti berjalan dengan aman, nyaman, dan damai.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Nurul dkk. 2004. *Sosiologi dan Politik*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Alwi, Hasan dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka
- Chaer, Abdul. 2011. *Ragam Bahasa Ilmiah*. Jakarta: Rineka Cipta
- _____2003. *Pembakuan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta
- Charlina dan Mangatur Sinaga. 2006. *Analisis Wacana*. Pekanbaru: Cendikia Insani
- Damsar. 2012. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Dodi Haryono, dkk. 2008. “Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima di Pekanbaru” *Jurnal Industri dan Perkotaan PPIP Universitas Riau*. Vol XXI Nomor 21

- Hardiani Isriani. 2014. "Analisis Pragmatik dalam Wacana Kampanye Politik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah Periode 2013-2018". Jurnal Penelitian pada STAIN Pekalongan
- Hasanuddin, dkk. 2012. "Pemetaan Media Luar Ruang pada Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Riau (Pilgubri) Tahun 2013 di Kota Pekanbaru". Jurnal pada Ilmu Pemerintah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Pekanbaru
- Maksudi, Beddi Iriawan. 2012. *Sistem Politik Indonesia*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Mulyana, Dedi. 2005. *Nuansa-Nuansa Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Razak, Abdul. 2003. *Bahasa Indonesia Versi Perguruan Tinggi*. Pekanbaru: Autobiografi
- _____2010. *Penelitian Kependidikan*. Pekanbaru: Autobiografi
- Riswandi. 2009. *Komunikasi Politik*. Jogjakarta : Graha Ilmu
- Soemirat, Soleh. Dkk. 2004. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta : Universitas Terbuka
- Suranto AW. 1999. *Komunikasi Interpersonal*. Jogjakarta : Graha Ilmu
- Tesis Amir Syamsuadi." Strategi Pemasaran Politik Calon Gubernur dan Wakil Gubernur pada Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Riau Tahun 2013". Program Pascasarjana. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. UR. 2014
- Skripsi Mukmini Rahman. "Representasi Calon Gubernur Riau Tahun 2013 dalam Rubrik Politikada Harian Tribu Pekanbaru". Program Sarjana. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. UR. 2014