



# JURNAL BASICEDU

Volume 6 Nomor 5 Tahun 2022 Halaman 8720 - 8735

Research & Learning in Elementary Education

<https://jbasic.org/index.php/basicedu>



## Amanat dalam Wacana Persuasif Pencegahan Covid-19 Sebagai Sumber Belajar Bahasa Indonesia di Tingkat SMP

Noer Hayati<sup>1✉</sup>, Markhamah<sup>2</sup>, Laili Etika Rahmawati<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1, 2, 3</sup>

E-mail: [s200190009@student.ums.ac.id](mailto:s200190009@student.ums.ac.id)<sup>1</sup>, [Markhamah@ums.ac.id](mailto:Markhamah@ums.ac.id)<sup>2</sup>, [Laili.Rahmawati@ums.ac.id](mailto:Laili.Rahmawati@ums.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini mendeskripsikan amanat yang terkandung pada spanduk Covid-19 sebagai sumber belajar pembelajaran bahasa Indonesia di SMP. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah 39 foto spanduk dalam spanduk layanan pencegahan Covid-19. Subjek dan objek penelitian ini adalah kata-kata atau kalimat yang berupa amanat dalam spanduk layanan pencegahan Covid-19. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk-bentuk persuasi yang muncul mempergunakan pendekatan emotif, yaitu berusaha membangkitkan dan merangsang emosi para pembaca persuasi selalu bertujuan untuk mengubah pikiran orang lain, agar orang lain dapat menerima dan melakukan sesuatu yang diinginkan. Untuk menerima atau melakukan sesuatu yang diinginkan, perlu diciptakan sesuatu dasar yaitu dasar kepercayaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa amanat dalam wacana persuasi adalah sebuah wacana yang dapat merangsang emosi pembaca secara persuasif, atas dasar kepercayaan bertujuan untuk mempengaruhi dan mengubah pandangan dan pola pikir orang lain tentang sesuatu hal yang diinginkan.

**Kata Kunci:** Amanat, Wacana Persuasif, Pencegahan Covid-19, Sumber Belajar.

### Abstract

*The goal to be achieved in this study is to describe the mandate contained in the Covid-19 banner as a source of learning Indonesian language learning in junior high schools. The type of research used in this research is descriptive qualitative research. The data sources used are 39 photos of banners in the Covid-19 prevention service banner. The subjects and objects of this research are words or sentences in the form of a mandate in the Covid-19 prevention service banner. Based on the results of the study, it shows that the forms of persuasion that appear use an emotive approach, namely trying to arouse and stimulate the emotions of the readers, persuasion always aims to change other people's minds, so that other people can accept and do something they want. To receive or do something you want, it is necessary to create something basic, namely the basis of trust. So it can be concluded that the mandate in persuasive discourse is a discourse that can stimulate the emotions of the reader persuasively, on the basis of belief, it aims to influence and change the views and mindset of others about something desired.*

**Keywords:** *Mandate, Persuasive Discourse, Prevention of Covid-19, Learning Resources*

Copyright (c) 2022 Noer Hayati, Markhamah, Laili Etika Rahmawati

✉Corresponding author :

Email : [s200190009@student.ums.ac.id](mailto:s200190009@student.ums.ac.id)

DOI : <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i5.3930>

ISSN 2580-3735 (Media Cetak)

ISSN 2580-1147 (Media Online)

## PENDAHULUAN

Virus Corona atau Corona Virus Diseases 19 dikenal sejak Desember 2019 yang kemudian disebut dengan istilah Covid-19 (Deddy Whinata Kardiyanto, 2020). Seiring berjalannya waktu cepat menularnya virus ini maka, WHO menetapkan Covid-19 sebagai pandemi atau epidemi global (Nuramdani, 2020). Dampak yang sangat mengerikan jika terinfeksi Covid-19. Perintah untuk menghindari Covid-19 dari Presiden Jokowi sangat sederhana dan mudah dilakukan, seperti (a) cuci tangan memakai sabun sampai bersih, (b) gunakan masker setiap keluar dari rumah, dan (c) jaga jarak dengan orang lain sudah menyebar ke seluruh (Mas'udi & Winart, 2020). Dampak dari perintah tersebut mampu mengubah sikap dan pola pikir hampir semua orang di Indonesia. Itulah salah satu fungsi bahasa dalam komunikasi (Hasbullah, 2020).

Amanat merupakan (pesan, message) yang ingin disampaikan pengarang kepada publiknya. Amanat adalah gagasan yang mendasari karya sastra, pesan yang ingin disampaikan pengarang kepada pembaca dan pendengar. Dari interaksi yang dilakukan manusia terbentuk sebuah wacana. Wacana merupakan unsur kebahasaan yang relatif paling kompleks dan paling lengkap. Satuan pendukung meliputi fonem, morfem, kata, frasa, klausa, kalimat, paragraf, hingga karangan utuh. Namun, wacana pada dasarnya juga merupakan unsur bahasa yang bersifat pragmatis. Oleh karena itu, kajian wacana menjadi sangat penting dalam proses pembelajaran bahasa. Wacana dapat dibedakan menjadi wacana tulis dan wacana lisan (Sulistriyani & Kuntoro, 2021). Wacana tulis adalah teks yang berupa rangkaian kalimat yang menggunakan ragam bahasa tulis (Abdullah Hasibuan, 2014). Wacana teks dapat ditemukan dalam bentuk buku, berita koran, artikel, makalah, dan sebagainya (Jufri & Nurhabibi, 2016). Teks lisan sebagai rangkaian kalimat yang di transkrip dari rekaman bahas lisan misalnya percakapan, khotbah, dan siaran langsung di radio atau televisi (Afrinar Pramitasari, 2018). Menganalisis wacana berarti bekerja dengan menginterpretasikan atau menafsirkan arti yang dimaksudkan oleh penutur atau penulisnya ketika membuat wacana, bukan merupakan penerjemahan langsung dari arti kalimat. Wacana persuasi dalam bentuk komunikasi itu diperlukan bahasa karena bahasa adalah alat komunikasi antar anggota masyarakat (Indrastuti, 2020).

Pemanfaatan pemakaian amanat dalam wacana persuasif pencegahan Covid-19 ini adalah sebuah hal baru yang belum pernah dijadikan sebagai acuan materi ajar oleh guru di masa pandemi seperti ini. Konteks penelitian ini juga sangat relevan dengan kondisi yang sedang terjadi saat ini. Oleh karena itu, dengan adanya luaran penelitian seperti ini diharapkan nantinya para guru dan siswa dapat memanfaatkan hasil luaran penelitian sebagai referensi sumber belajar mereka kelak. Dalam konteks ini siswa dituntut untuk dapat menggunakan amanat wacana persuasif dengan benar dan tepat (Rahmania, 2020).

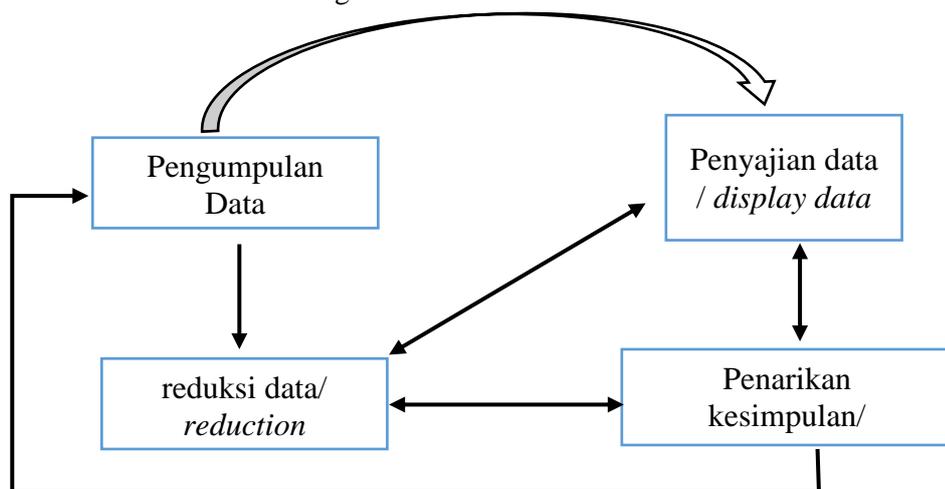
Pemakaian amanat persuasif pencegahan Covid-19 haruslah mengandung unsur unik dan menarik. Gaya bahasa yang digunakan pada amanat persuasif pencegahan Covid-19 ini haruslah menarik, sehingga orang atau masyarakat akan semakin memahami dan mengerti. Karena amanat itulah maka masyarakat menjadi lebih peduli dan sadar akan bahaya penyebaran virus ini. Di samping itu, amanat yang terkandung dalam wacana persuasif pencegahan Covid-19 ini semakin menumbuhkan kepedulian dan kesadaran masyarakat akan bahaya virus ini.

Kedisiplinan terkait himbauan untuk mewaspadaai virus ini bisa diterapkan melalui kalimat persuasi sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Chintya, 2020) bahwa dengan kalimat persuasif, seseorang dapat disiplin mematuhi aturan yang diterapkan melalui pesan agar dapat terhindar dari Covid-19. Tak hanya itu penelitian yang dilakukan oleh Sulistriyani dan Kuntoro (2020) bahwa dengan adanya kalimat persuasi mampu memotivasi kekuatan individu untuk mengarahkan tingkah laku pada orientasi tujuan tertentu. Dengan landasan penelitian terdahulu tersebut maka penelitian ini dianggap penting untuk mengulas hal apa saja yang bisa ditelaah dari kalimat persuasi bertema Covid-19.

**METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan memahami suatu kesalahan yang berada pada sebuah buku atau data utama dan dengan cara mendeskripsikan kata-kata dengan metode alamiah (Lexy J. Moleong, 2019). Sumber data yang digunakan adalah 39 foto spanduk dalam spanduk layanan pencegahan Covid-19. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah kata-kata atau kalimat yang menunjukkan amanat dalam spanduk layanan pencegahan Covid-19. Subjek dan objek penelitian ini adalah kata-kata atau kalimat yang berupa amanat dalam spanduk layanan pencegahan Covid-19. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah (1) Menyimak langsung dalam spanduk layanan pencegahan Covid-19, (2) Mencatat kata-kata atau kalimat dalam spanduk layanan pencegahan Covid-19, (3) Mengelompokkan kata-kata atau kalimat yang berupa amanat dalam spanduk layanan pencegahan Covid-19 secara keseluruhan. Teknik validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi.

Peneliti mengambil teknik analisis data yang berasal dari buku (Sugiyono, 2015; Faiz, Hakam, et al., 2022) dengan susunan sebagai berikut; 1) pengumpulan data, pada tahap ini penelitian melakukan pengumpulan data dari hasil observasi dan wawancara terkait penggunaan model kognitif moral dengan pengembangan cerita dilema moral animasi; 2) reduksi data, tahap ini peneliti melakukan reduksi dimana data yang sesuai dan tidak sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian; 3) penyajian data, pada tahap ini peneliti menyajikan data hasil reduksi yang sudah dipilih; 4) kesimpulan, pada tahap ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan secara valid, jika diperlukan dilakukan triangulasi data. Alur analisis tersebut dapat divisualisasikan dalam bentuk gambar dibawah ini:



Gambar 1: alur analisis data (Sugiyono, 2013; Faiz et al., 2022)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis amanat berdasarkan temuan data-data wacana persuasi covid-19, di antaranya dapat dijelaskan sebagai berikut.

---

Data 1.

---

*AREA WAJIB*  
 + *PROTOKOL COVID* +

---

Amanat yang terkandung dalam kalimat data 1 tersebut yaitu area ini memang diharuskan dan diwajibkan menerapkan protokol covid, tidak boleh lengah. Agar penularan virus covid dapat berkurang.

---

Data 2.

---

GEBYAR **VAKSINASI**  
**COVID-19** BAGI LANJUT USIA

---

Amanat yang terkandung dalam kalimat data 2 di atas menjelaskan bahwa sedang atau telah dilaksanakan vaksinasi covid-19 dalam skala besar dan beramai-ramai yang wajib diikuti oleh peserta para lanjut usia. Diharapkan dengan adanya vaksin ini, seluruh lanjut usia dapat segera mendapat vaksin covid agar dapat mencegah penularan virus tersebut.

---

Data 3.

---

**PERANG MELAWAN NARKOBA**  
DI ERA PANDEMI **COVID-19**  
**MENUJU INDONESIA, JEPARA**  
**BERSIH NARKOBA (BERSINAR)**

---

Amanat yang terkandung dalam kalimat pada data 3 di atas bahwa perang melawan narkoba di era pandemi covid-19 menuju Indonesia, Jepara bersih narkoba (bersinar) memiliki maksud menghindari narkoba di era pandemi covid-19 sekarang ini dengan tujuan dan harapan agar negara Indonesia, khususnya kota Jepara terhindar dan bersih dari bahaya narkoba sehingga menjadi kota yang bersinar.

---

Data 4.

---

**KESELAMATAN MANUSIA**  
**YANG UTAMA**  
JANGAN MATI SIA-SIA

---

Amanat yang terkandung dalam data 4 ini menjelaskan bahwa kita harus optimis dalam menghadapi virus ini dan jangan sampai keselamatan kita abaikan sehingga angka kematian akan menurun seiring dengan menurunnya kasus virus ini.

---

Data 5.

---

HINDARI **CORONA**  
TETAPLAH HIDUP  
WALAU TAK BERGUNA

---

Amanat yang terkandung dalam data 5 tersebut menjelaskan kepada kita manusia agar menghindari virus corona. Apapun yang terjadi dan yang dihadapi, kita sebagai manusia tetaplah hidup walaupun di masyarakat ataupun lingkungan sekitar merasa tidak berguna. Akan tetapi dengan kita menghindari corona dan tetap hidup, hidup kita akan berguna.

---

Data 6.

---

BAYANGKAN JIKA ANDA MASUK ICU  
KARENA COVID  
HP ANDA AKAN DIPEGANG ISTRI ANDA  
SELAMA 14 HARI  
**AYO PAKAI MASKER !**

---

Amanat yang terkandung dalam data 6 tersebut menjelaskan kepada para suami jika suatu hari masuk rumah sakit lalu masuk ruang ICU karena terkena virus covid-19, istri akan mengambil alih HP suami selama 14 hari. Ketika HP berada dalam genggamannya, suami akan merasa was-was dan cemas takut jika istri menemukan hal-hal yang menimbulkan rasa curiga. Maka dari itu, di akhir wacana persuasi dituliskan kalimat seruan untuk memakai masker. Agar terhindar dari covid-19, sehat buger, dan tidak masuk ICU, sehingga HP suami pun tidak akan dipegang istri.

---

Data 7.

---

**MASKERAN** ORA GELEM  
**CORONA** ORA PERCOYO  
**BANTUAN** NJALUK DISEK DEWE

---

Amanat yang terkandung dalam data 7 di atas yaitu wacana persuasi ini menghimbau kepada masyarakat yang tidak mau memakai masker, tidak percaya adanya virus corona, tetapi ketika ada bantuan terkait korban terdampak covid meminta untuk didahulukan dan tidak mau ketinggalan. Hal ini sejalan dengan penemuan fakta di lapangan yang secara nyata bahwa masyarakat Indonesia banyak yang abai terhadap virus corona ini.

---

Data 8.

---

**TAMU WAJIB LAPOR**  
**PERHATIAN !**  
ANDA MEMASUKI WILAYAH  
**WAHING DIANTEMI**

---

Amanat yang terkandung dalam data 8 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat ketika memasuki suatu wilayah sebagai tamu di wilayah tersebut saat masa pandemi ini diwajibkan lapor kepada ketua RT atau ketua RW setempat. Apabila ketika memasuki wilayah tersebut ketahuan bersin sembarangan dan tidak menutup mulut, maka akan dipukuli warga sekitar karena dianggap telah menyebarkan virus corona.

---

Data 9.

---

**LOCKDOWN**  
CUKUP ATIMU SING AMBYAR  
OJO KESEHATANMU

---

Amanat yang terkandung dalam data 9 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat yang sedang mengalami isolasi mandiri atau wilayahnya sedang dilakukan isolasi, tidak bisa pergi kemana-mana

dikhawatirkan akan mengganggu kondisi mental mereka. Maka dari itu, jangan sampai mempengaruhi kesehatan. Dalam konteks penggalan kalimat tersebut pemerintah berharap ketika masyarakat membaca wacana persuasi di atas akan paham dan mengerti bahwa hati yang bahagia juga akan berpengaruh pada kesehatan juga.

---

Data 10.

---

**PENDATANG HARAP LAPOR**  
**RT RW SETEMPAT...!!!**  
NGGAK LAPOR **JOTOSI**  
**URUSANE NYOWO IKI...!!!**

---

Amanat yang terkandung dalam data 10 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat yang menjadi pendatang atau tamu di suatu wilayah ketika virus covid-19 masih mewabah ini, pendatang diharapkan untuk lapor kepada ketua RT atau RW setempat. Apabila pendatang tersebut tidak melaporkan diri, maka warga sendirilah yang akan menindaklanjuti dengan cara “dipukuli”. Dikarekanya hal ini sangat berbahaya dan berurusan dengan nyawa apabila himbauan ini dilanggar.

---

Data 11.

---

**KAWASAN STERIL CORONA**  
TUKANG KREDIT & TUKANG TAGIH  
UTANG  
**DILARANG MASUK !!!**  
KAMI INGIN SEHAT BADAN & PIKIRAN

---

Amanat yang terkandung dalam data 11 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa kawasan ini steril dan terbebas dari bahaya virus corona dan tukang penagih hutang. Mereka cemas dan khawatir ketika tukang penagih hutang datang ke wilayah mereka, akan membuat resah jiwa dan pikiran. Karena mereka tidak dapat fokus pada pemulihan wilayah yang ditinggalkannya.

---

Data 12.

---

**JAGA KESEHATAN**  
**AKU SAYANG KAMU**

---

Amanat yang terkandung dalam data 12 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa pemerintah peduli dan sayang kepada mereka karena telah menjaga kesehatan dengan baik di kala mewabahnya virus covid-19 ini. Walaupun pemerintah paham dan mengerti menjaga kesehatan di masa pandemi seperti ini ini susah. Dikarenakan kita berperang melawan virus. Harapan pemerintah ketika mereka membaca wacana persuasi ini siapapun masyarakat yang membaca akan merasa bahwa pemerintah memikirkan, peduli, dan menyayangi mereka.

---

Data 13.

---

**KOMPAK**  
**LAWAN CORONA**  
**Ayo pake**  
**Maskermu**

---

Amanat yang terdapat pada data 13 di atas adalah “kompak, lawan corona, ayo pake maskermu”. Kalimat pada wacana persuasi di atas termasuk makna yang sebenarnya. Makna sebenarnya dari kalimat persuasi penggalan kalimat “kompak, lawan corona, ayo pake maskermu” ini hendak menyampaikan pesan kepada siapapun yang membaca wacana persuasi ini agar kompak dalam melawan dan memerangi virus corona, jangan sampai melepas masker ketika berada di tempat yang tidak aman. Karena virus covid-19 masih mengintai dan berbahaya.

---

Data 14.

---

**WAKSIN**  
**AMAN dan HALAL**

---

Amanat yang terkandung dalam data 14 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa vaksin yang diberikan pemerintah itu aman dan halal. Aman menurut dan sesuai anjuran dokter. Halal hukumnya bagi agama Islam khususnya karena vaksin membawa manfaat yang baik dan berasal dari bahan yang aman. Vaksin tidak mengakibatkan hal buruk terjadi pada tubuh kita. Justru akan membuat tubuh kita lebih kebal dan terhindar dari penularan virus covid-19.

---

Data 15.

---

**STOP BERKERUMUN**  
**JAGA KESELAMATAN JIWA RAGA**  
**DARI PENYEBARAN COVID19**

---

Amanat yang terkandung dalam data 15 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa berkerumun itu tidak baik. Berkerumun adalah hal yang dilarang saat merebaknya wabah pandemic covid ini. Pemerintah menghimbau dan berharap kepada masyarakat untuk stop berkerumun. Dengan mencegah adanya kerumunan, masyarakat akan terhindar dari penyebaran covid dan terjamin keselamatan jiwa raganya dari paparan virus covid.

---

Data 16.

---

**TETAP TERAPKAN**  
**PROTOKOL KESEHATAN**

---

Amanat yang terkandung dalam data 16 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa wajib menerapkan protokol kesehatan di mana pun kita berada. Protokol kesehatan wajib diterapkan oleh masyarakat sebagai wujud kepedulian kita terhadap sesama. Dengan kita menerapkan protokol kesehatan, secara tidak sadar kita turut serta dalam menjaga kesehatan lingkungan di sekitar kita. Sekarang, protokol kesehatan menjadi wajib digalakkan untuk mencegah penularan virus covid.

---

Data 17.

---

**MOHON MAAF**  
**KAMI SEDANG**  
**MELAKSANAKAN**  
**PPKM MIKRO**  
**COVID-19**

---

Amanat yang terkandung dalam data 17 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa daerah atau wilayah tersebut sedang melaksanakan PPKM mikro covid-19. PPKM memiliki kepanjangan yaitu Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. Kalimat ini memiliki arti kegiatan masyarakat di suatu wilayah tersebut sedang dibatasi. Tujuan dari kegiatan tersebut dibatasi tentu saja untuk menghindari bahaya penularan virus covid. Dengan kata lain, wilayah yang sedang melaksanakan PPKM mikro covid-19 tidak boleh dikunjungi atau dimasuki orang yang tidak berkepentingan dalam hal tersebut. Hanya orang-orang tertentu yang diperbolehkan menembus masuk wilayah tersebut.

---

Data 18.

---

**AREA INI SEDANG**  
**DI LOVE DONG**  
**Pedagang, Pemulung, Ojek Online, Delivery**  
**Paket**  
**Cukup sampai disini!**

---

Amanat yang terkandung dalam data 18 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa daerah atau wilayah tersebut sedang ada pembatasan kegiatan lingkup local. Seluruh pedagang, pemulung, delivery paket hanya boleh mengantar makanan, mengantar paket, dan berjualan di ujung jalan saja. Begitupun dengan warga sekitar di wilayah tersebut, di harapkan mereka peduli akan kesehatan mereka dengan adanya peraturan yang ditetapkan. Dengan menerapkan hal tersebut diharapkan akan mengurangi penularan virus covid yang sedang mewabah ini.

---

Data 19.

---

**CORONA BELUM HILANG**  
**PATUH PROTOKOL DIGALANG!**

---

Amanat yang terkandung dalam data 19 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa selama virus masih mewabah di negara Indonesia ini, masyarakat tetap wajib menggalakkan protokol kesehatan secara ketat. Dengan menerapkan protokol kesehatan secara ketat, diharapkan dapat mengurangi volume penularan virus corona yang sedang mewabah ini. Selama corona belum hilang di Indonesia, pemerintah tidak akan henti-hentinya menyampaikan himbauan kepada masyarakat agar patuh terhadap protokol kesehatan dimanapun berada. Penggalakkan kewajiban protokol kesehatan ini dibantu oleh aparat penegak hukum dari berbagai *stake holder* yang saling bersinergi dengan kuat.

---

Data 20.

---

**LANGGAR PROTOKOL KESEHATAN,**  
**KTP DICABUT**

---

Amanat yang terkandung dalam data 20 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa protokol kesehatan adalah hal yang sangat wajib dipatuhi di masa pandemic ini. Pihak yang berwenang baik aparat hukum atau *stake holder* yang memiliki amanah untuk ikut menggalakkan aturan protokol kesehatan ini wajib menindaklanjuti masyarakat yang melanggar aturan ini. Apabila secara sadar maupun tidak sadar melanggar aturan tidak mematuhi protokol kesehatan ini, maka akan diberi sanksi KTP akan dicabut, tidak boleh digunakan si pemilik tersebut.

---

Data 21.

---

**ZONA HIJAU, JANGAN ABAI  
PROTOKOL KESEHATAN**

Jangan lengah, zona hijau  
tak berarti seterusnya bebas COVID-19  
Abai disiplin protokol kesehatan, level risiko  
akan naik kembali.

Patuhi #JagaJarak #PakaiMasker  
#CuciTanganPakaiSabun

---

Amanat yang terkandung dalam data 21 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa apabila menemukan atau sedang berada di daerah yang sudah dinyatakan zona hijau atau bersih dari virus covid-19, masyarakat dihimbau untuk jangan menyepelekan disiplin protokol kesehatan karena virus covid-19 masih bertebaran di udara. Apabila lengah dan abai disiplin protokol kesehatan sedikit saja, tidak menutup kemungkinan intensitas penularan virus covid-19 akan meningkat. Maka dari itu, disiplin protokol kesehatan meliputi jaga jarak, selalu pakai masker, dan selalu melakukan cuci tangan pakai sabun agar tetap dibiasakan menjadi kebiasaan baik di era *new normal* ini.

---

Data 22.

---

**DISIPLIN PROTOKOL KESEHATAN,  
KUNCI NEW NORMAL**

---

Amanat yang terkandung dalam data 22 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa wajib menerapkan disiplin protokol kesehatan sebagai kunci new normal. Disiplin protokol kesehatan meliputi, selalu menjaga jarak antar orang lain, selalu memakai masker, selalu mencuci tangan sebelum dan sesudah melakukan aktivitas memegang benda apapun, dan menjauhi kerumunan orang banyak. New normal sendiri adalah masa peralihan dan masa penyesuaian terhadap adaptasi baru kebiasaan-kebiasaan sehat yang telah diterapkan di era pandemic ini. Dengan tujuan diberlakukannya disiplin protokol kesehatan ini agar dapat memutus penularan virus covid-19.

---

Data 23.

---

**“HINDARI BERKOMUNIKASI DI  
TRANSPORTASI UMUM”**

---

Amanat yang terkandung dalam data 23 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa pemerintah menghimbau dan melarang dengan tegas ketika berada di transportasi umum masyarakat dilarang untuk berkomunikasi. Larangan ini ditujukan kepada siapapun lapisan masyarakat, mulai dari anak-

anak, remaja, dewasa, maupun lansia. Masyarakat wajib menaati himbauan larangan ini ketika berada di transportasi apapun baik transportasi darat, udara, maupun laut. Tempat yang dilarang pun juga tidak hanya di transportasi umum tapi juga di ruang publik. Era pandemic virus covid-19 yang sangat cepat sekali tingkat penularannya ini berkomunikasi di dalam transportasi umum atau ruang publik merupakan larangan keras yang wajib ditaati masyarakat. Larangan ini wajib ditaati demi menurunnya intensitas tingkat penularan virus covid-19.

---

Data 24.

---

**Wajib Patuh Protokol Kesehatan**  
**Tunda Kegiatan Berkumpul**

---

Amanat yang terkandung dalam data 24 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa masyarakat wajib mematuhi protokol kesehatan yang sudah himbau oleh pemerintah. Pada era pandemic seperti ini mematuhi protokol kesehatan adalah hal yang wajib ditaati. Dengan menerapkan protokol kesehatan secara ketat dan konsisten dipercaya akan menurunkan tingkat intensitas penularan virus covid-19. Dalam hal ini, salah satu protokol kesehatan yang wajib dipatuhi yaitu menunda kegiatan berkumpul. Kegiatan berkumpul dan berkerumun di dalam ruangan maupun di ruang publik akan menyebabkan naiknya tingkat intensitas penularan virus covid-19. Semakin banyak interaksi kerumunan dan berkumpulnya massa maka semakin besar kemungkinan tingkat penyebaran virus covid-19.

---

Data 25.

---

**Kiat Nge-Mall**  
**dengan Tetap Sehat Bersama**

---

Amanat yang terkandung dalam data 25 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa di masa pandemic seperti ini kegiatan nge-mall atau mengunjungi mall harus disertai protokol kesehatan. Protokol kesehatan yang secara umum wajib kita terapkan di kebiasaan sehari-hari yaitu rajin membersihkan tangan dengan sabun, selalu memakai masker, dan menghindari kerumunan. Kebijakan baru terkait kewajiban menerapkan protokol kesehatan dan patuh terhadap hal tersebut membuat kebiasaan-kebiasaan baik baru wajib juga diterapkan di ruang publik khususnya saat nge-mall. Berdasarkan konteks linguistic dari wacana persuasi “kiat nge-mall dengan tetap sehat bersama” ini kiat-kiat nge-mall yang dianjurkan di antaranya yaitu pastikan tubuh dalam kondisi fit, gunakan proteksi diri yang lengkap, barang bawaan wajib saat ke mall, punya tujuan yang jelas dan rinci, hindari menyentuh benda yang tidak perlu, lebih menggunakan pembayaran *cashless*, lebih baik naik kendaraan pribadi, dan hindari kerumunan.

---

Data 26.

---

**Bersama Jaga Sehat**  
**Saat Naik KRL**

---

Amanat yang terkandung dalam data 26 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa ketika sedang berada di dalam KRL wajib menerapkan protokol kesehatan. Dengan menerapkan protokol kesehatan saat berada di dalam KRL secara tidak langsung kita telah menjaga kesehatan antara penumpang satu dengan penumpang yang lain. Apabila dalam hal ini para penumpang KRL telah sadar dengan sendirinya atas pentingnya menerapkan protokol kesehatan saat naik KRL, diharapkan dengan kesadaran ini akan meminimalisasi tingkat penyebaran virus covid-19.

---

Data 27.

---

**LINDUNGI DIRI & KELUARGA**  
**TIDAK MUDIK, TIDAK PIKNIK**  
YANG PENTING SEHAT & SELAMAT  
**DARI WABAH VIRUS CORONA**

---

Amanat yang terkandung dalam data 27 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa era pandemic seperti ini kesehatan dan keselamatan adalah hal yang paling utama untuk dijaga. Salah satu cara menjaga kesehatan dan keselamatan di antaranya yaitu tidak melakukan kegiatan mudik maupun piknik. Dikhawatirkan ketika masyarakat banyak yang abai terhadap himbauan ini dengan melakukan kegiatan mudik maka akan menyebabkan kerumunan yang luar biasa. Padahal maksud dari wacana persuasi ini untuk menghimbau adanya kegiatan mudik agar tingkat intensitas penyebaran virus covid-19 tidak semakin merajalela lagi.

---

Data 28.

---

**WILAYAH INI DALAM**  
**PANTAUAN KHUSUS !!**  
**ZONA MERAH**  
**VIRUS COVID-19**

---

Amanat yang terkandung dalam data 28 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa ada sebuah wilayah yang sedang berada dalam pantauan khusus dari penyebaran virus covid-19. Wilayah ini juga ditetapkan sebagai zona merah atau zona dalam status bahaya dari virus covid-19. Wilayah yang memiliki predikat seperti ini adalah wilayah yang wajib dijauhi dan dihindari. Hanya orang-orang tertentu saja yang diperbolehkan masuk dalam wilayah ini tentu saja dengan tujuan khusus. Hal ini dilakukan untuk menekan intensitas penyebaran virus covid-19 agar tidak semakin tinggi.

---

Data 29.

---

**-NAGIH UTANG-**  
**OJO MLEBU SEK**  
**IKI URUSAN NYOWO**

---

Amanat yang terkandung dalam data 29 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa bagi para penagih hutang yang memiliki kepentingan dengan warga yang berhutang di daerah atau wilayah tersebut dilarang masuk. Para penagih hutang dilarang masuk di wilayah tersebut karena wilayah tersebut sedang melakukan isolasi karena telah terpapar virus covid-19. Jika para penagih hutang tersebut nekat masuk akan berurusan dengan nyawa. Makna dari berurusan dengan nyawa yakni akan mengancam kesehatan fisik dan jiwa warga yang terkena paparan virus covid-19. Maka dari itu, demi menyelamatkan jiwa dan menjaga kesehatan fisik warga yang terkena paparan virus covid-19 para penagih hutang dilarang masuk terlebih dahulu di daerah tersebut. Hal tersebut dimaksudkan agar mempercepat proses penyembuhan para warga yang sedang melakukan isolasi di wilayah tersebut.

---

Data 30.

---

**LAGI LOCKDOWN**  
**NEKAD SMACKDOWN**  
**MANISRENGGO GARIS KERAS**

---

Amanat yang terkandung dalam data 30 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa daerah atau wilayah tersebut sedang melaksanakan lockdown atau isolasi mandiri. Mayoritas dari warga Manis Renggo banyak yang terkena paparan virus covid-19. Maka dari itu, bagi siapa saja yang tidak ada kepentingan khusus masuk ke wilayah tersebut dilarang masuk. Apabila orang yang tidak berkepentingan khusus tapi nekat dan memaksa ingin masuk ke wilayah tersebut maka warga Manis Renggo akan melakukan tindakan kekerasan seperti dijotosi atau dipukuli. Pemerintah Manis Renggo memiliki aturan tegas untuk hal ini. Peraturan ini sudah menjadi kesepatan semua warga Manis Renggo.

---

Data 31.

---

**NASIKAPAU**  
(**VAKSINASI JANGKAU PULAU-PULAU**)  
**POLRES KARIMUN POLDA KEPRI**

---

Amanat yang terkandung dalam data 31 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa diadakan sebuah acara vaksinasi yang menjangkau pulau-pulau terpencil yang dikelola oleh Polres Karimun Polda Kepri. Vaksinasi ini wajib dilaksanakan sampai ke pelosok Indonesia. Maka dari itu, polisi di wilayah tersebut wajib menggalakkan kegiatan vaksinasi tersebut. Dengan harapan, masyarakat wilayah terpencil dapat mendapatkan hak memperoleh vaksin yang sama dengan masyarakat yang ada di wilayah perkotaan.

---

Data 32.

---

**Ingat !!! CORONA**  
**Itu lebih menyakitkan**  
**daripada mantan**

---

Amanat yang terkandung dalam data 32 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat untuk selalu mengingat bahwa virus corona masih berkeliaran di sekitar kita. Bahaya yang ditimbulkan dari virus corona dapat mengancam jiwa bahkan menghilangkan nyawa. Maka dari itu, wacana persuasi di atas menghimbau kepada masyarakat bahwa harus tetap mengingat virus corona masih ada di mana-mana. Selain itu, virus corona jauh lebih menyakitkan dan membahayakan dari rasa sakit yang diberikan oleh mantan.

---

Data 33.

---

**MAAF LINGKUNGAN KAMI SEDANG**  
**ISOLASI MANDIRI**

---

Amanat yang terkandung dalam data 33 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa ada sebuah wilayah yang sedang berada dalam masa isolasi mandiri. Lingkungan tersebut sedang melaksakan isolasi mandiri dikarenakan terpapar virus covid-19. Hanya orang-orang tertentu saja yang diperbolehkan masuk ke dalam lingkungan tersebut. Selain pihak yang berkepentingan di lingkungan tersebut orang lain yang tidak berkepentingan dilarang masuk. Wacana persuasi ini mengingatkan kepada pembaca agar waspada dan lebih baik menghindar ketika melewati lingkungan tersebut agar tidak terkena paparan virus covid-19.

---

Data 34.

---

**BILA MUDIK SAMPAI DIRUMAH**  
**(ISOLASI DIRI 14 HARI)**

---

Amanat yang terkandung dalam data 34 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa peraturan terbaru yang ditetapkan pemerintah untuk kegiatan mudik. Bagi masyarakat yang akan melaksanakan kegiatan mudik ke tempat tujuan dan ketika sampai di rumah harus melaksanakan isolasi mandiri selama 14 hari. Isolasi mandiri ini diwajibkan bagi pemudik yang berasal dari wilayah kota besar di Indonesia. Dikhawatirkan pemudik dari wilayah kota besar di Indonesia membawa paparan virus covid-19. Maka dari itu, masyarakat yang hendak mudik diharuskan untuk melakukan isolasi mandiri selama 14 hari untuk mencegah penyebaran penularan virus covid-19 di tempat tujuan.

---

Data 35.

---

**CORONA ITU TAKUT SABUN, BRO!**  
**AYO RAJIN MENCUCI TANGAN**

---

Amanat yang terkandung dalam data 35 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa membiasakan cuci tangan menggunakan sabun baik sebelum maupun sesudah melakukan sesuatu itu merupakan kebiasaan yang baik. Di masa pandemic seperti sekarang ini mencuci tangan menggunakan sabun adalah hal sangat penting untuk dijadikan kebiasaan baru yang baik. Dengan membiasakan cuci tangan menggunakan sabun sebelum maupun sesudah melakukan sesuatu akan menurunkan tingkat intensitas penularan virus covid-19. Dengan melakukan kebiasaan baru rajin mencuci tangan menggunakan sabun maka akan meminimalisasi kontak fisik sesama manusia sekaligus menurunkan angka paparan covid-19.

---

Data 36.

---

**#BUKAJENDELA**  
**BUKA JENDELA RUMAH UDAH?**  
**KALAU BUKA HATI KAMU KAPAN?**

---

Amanat yang terkandung dalam data 36 di atas wacana persuasi ini mengingatkan kepada masyarakat agar selalu membuka jendela rumah agar sirkulasi udara menjadi lancar. Dalam era pandemic seperti ini, ruang tertutup dan minim sirkulasi udara tidak baik bagi kesehatan. Oleh karena itu, sangat dianjurkan bagi siapapun di masa pandemic seperti ini membuka jendela di pagi hari adalah kebiasaan yang baik agar sirkulasi udara dapat keluar masuk dengan baik dan udara di dalam ruangan menjadi segar. Selain ini dalam wacana persuasi ini juga mengingatkan kepada kita untuk jangan lupa membuka hati bagi orang yang masih sendiri dan membiarkan orang lain masuk untuk mendekati.

---

Data 37.

---

**#PAKAIMASKER**  
**KAMU SAYANG SAMA AKU?**  
**PAKAILAH SELALU MASKERMU**  
**SAAT BEPERGIAN**

---

Amanat yang terkandung dalam data 37 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat agar menumbuhkan sikap peduli terhadap sesama dan lingkungan di sekitarnya. Dengan cara mengingatkan kepada siapapun di lingkungan dimanapun dia berada untuk selalu memakai masker ketika bepergian. Masker menjadi hal yang sangat penting dibawa dan harus dipakai ketika bepergian. Hal ini dilakukan sebagai salah satu langkah menerapkan disiplin protokol kesehatan yang telah dihimbau oleh pemerintah.

---

Data 38.

---

**#MARIBERJEMUR**  
**YUKBERJEMUR**  
**BIAR VIRUS CORONA KABUR..**

---

Amanat yang terkandung dalam data 38 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat tentang ajakan untuk berjemur di pagi hari. Kegiatan berjemur di pagi hari di masa pandemic ini merupakan salah satu kebiasaan baik agar terhindar dari paparan virus corona. Menurut anjuran beberapa dokter, berjemur di bawah sinar matahari di pagi hari dapat membunuh dan mencegah penularan virus covid-19. Sinar matahari di pagi hari dipercaya memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Maka dari itu, berjemur dianggap salah satu cara yang paling mudah dan praktis dalam pencegahan virus corona.

---

Data 39.

---

**#DIRUMAHAJA**  
**KAMU SANTUY DI RUMAH AJA,**  
**BIAR KAMI SAJA YANG TUGAS DI LUAR**

---

Amanat yang terkandung dalam data 39 di atas wacana persuasi ini menjelaskan kepada masyarakat bahwa jangan bepergian keluar sembarangan. Tidak usah pergi keluar sekiranya tidak ada urusan yang sangat penting. Dikarenakan keadaan di luar sana belum aman terkendali. Kita masih hidup berdampingan dengan virus covid-19. Biarkan tenaga medis saja yang bertugas di luar demi menjaga dan mencegah rantai penyebaran virus covid-19.

Dengan demikian, intisari dari data yang sudah dijelaskan dalam temuan dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam bentuk kalimat persuasif dapat memberikan rangsangan emosi bagi pembaca. Secara garis besar bahwa kalimat persuasif adalah karangan yang dapat menarik minat dan dapat meyakinkan bahwa pengalaman membaca merupakan suatu hal yang penting. Sedangkan menurut Keraf(Nina et al., 2021)teks persuasi adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki oleh pembicara atau penulis pada waktu sekarang atau pada waktu yang akan datang. Tujuan akhir persuasi adalah agar pembaca melakukan sesuatu dan mengambil keputusan(Nina et al., 2021).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, amanat diartikan sebagai pesan, perintah (dari atas), keterangan (dari pemerintah), wejangan (dari orang yang terkemuka) atau keseluruhan makna atau isi pembicaraan; konsep dan perasaan yang disampaikan pembicara untuk dimengerti dan diterima pendengar atau pembaca atau gagasan yang mendasari karya sastra; pesan yang ingin disampaikan pengarang kepada pembaca atau pendengar.(Nabila, Ramli, dan Mukhlis., 2017)mengemukakan bahwa amanat merupakan (pesan, message) yang ingin disampaikan pengarang kepada publiknya. Amanat yang hendak disampaikan pengarang melalui karya sastranya harus dicari oleh pembacanya. Pembaca yang teliti akan dapat menangkap apa yang tersirat dari yang tersurat. Namun gagasan yang mendasari karya sastra, pesan yang ingin disampaikan pengarang kepada pembaca dan pendengar.

Amanat itu sendiri sebenarnya mengandung nilai-nilai moral, yang dapat dipandang sebagai amanat, pesan, message. Moral dalam sastra biasanya mencerminkan pandangan hidup pengarang yang bersangkutan, pandangannya tentang nilai-nilai kebenaran, dan hal itulah yang ingin disampaiakannya kepada pembaca (Nuraeni., 2017). Amanat merupakan pesan dari suatu peristiwa yang diungkapkan oleh pengarang kepada pembaca. Menentukan amanat dan pesan itu sendiri, tergantung kepada pembaca karena setiap pembaca memiliki persepsi dan pemahaman serta nilai rasa tersendiri bila pembaca telah selesai membacanya. (Juliansyah., 2018) berpendapat bahwa amanat merupakan sesuatu yang ingin disampaikan pengarang dalam sebuah karya sastra. Amanat adalah keseluruhan makna/isi suatu wacana, konsep dan perasaan yang hendak

disampaikan pembicara untuk dimengerti dan diterima pendengar (Widi Andnyana et al., 2016). Amanat bisa disebut pula sebagai suatu makna (Rosdiana et al., 2018). Dari beberapa pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa amanat adalah sebuah pesan dari seklumit peristiwa yang diungkapkan seorang pengarang kepada pembaca untuk mempertajam pemahaman atas cerita yang disampaikan.

Tentunya penelitian ini kurang lebihnya mampu memberikan pemahaman terkait teks narasi persuasi yang dapat mempengaruhi orang lain sebagaimana penelitian terdahulu yang sejalan dari Chintya (2020) bahwa ungkapan halus dari kalimat persuasif dapat meningkatkan kepercayaan diri siswa kepada guru sehingga pesan-pesan guru dapat lebih mudah tersampaikan dan dapat menanamkan kedisiplinan siswa. Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan karena hanya mengamati berdasarkan pada narasi teks saja. Tentunya terdapat unsur subjektifitas yang mungkin muncul dalam penelitian ini karena berdasarkan pada pengamatan peneliti terkait bentuk-bentuk persuasi dalam bentuk kalimat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk-bentuk persuasi yang muncul mempergunakan pendekatan emotif, yaitu berusaha membangkitkan dan merangsang emosi para pembaca persuasi selalu bertujuan untuk mengubah pikiran orang lain, agar orang lain dapat menerima dan melakukan sesuatu yang diinginkan. Untuk menerima atau melakukan sesuatu yang diinginkan, perlu diciptakan sesuatu dasar yaitu dasar kepercayaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa amanat dalam wacana persuasi adalah sebuah wacana yang dapat merangsang emosi pembaca secara persuasif, atas dasar kepercayaan bertujuan untuk mempengaruhi dan mengubah pandangan dan pola pikir orang lain tentang sesuatu hal yang diinginkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Hasibuan. (2014). Analisis Piranti Kohesi Dalam Wacana Tulis Ilmiah. *Visipena Journal*, 5(2), 58–76. <https://doi.org/10.46244/visipena.v5i2.269>
- Afrinar Pramitasari. (2018). Model Pembelajaran Menulis Wacana Persuasif Dengan Media Situs Jejaring Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Pekalongan. *Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia (Pibsi)*, 1, 471–476.
- Chintya, A. (2020). *Kalimat Persuasif Untuk Menanamkan Kedisiplinan Siswa Dalam Menerapkan Etika Digital Pada Masa Pembelajaran Jarak Jauh*. Bachelor Thesis, Universitas Pelita Harapan.
- Deddy Whinata Kardiyanto. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Event Olahraga Dan Sosial Ekonomi Masyarakat. *Seminar Nasional Fakultas Ilmu Kesehatan Dan Sains*, 1(1), 98–100.
- Faiz, A., Hakam, K. A., Nurihsan, J., & Komalasari, K. (2022). Pembelajaran Kognitif Moral Melalui Cerita Dilema Berbentuk Animasi. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6463–6470.
- Faiz, A., Parhan, M., & Ananda, R. (2022). Paradigma Baru Dalam Kurikulum Prototipe. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 1544–1550.
- Hasbullah, M. (2020). Hubungan Bahasa, Semiotika Dan Pikiran Dalam Berkomunikasi. *Al-Irfan : Journal Of Arabic Literature And Islamic Studies*, 3(1), 106–124. <https://doi.org/10.36835/Al-Irfan.V3i1.3712>
- Indrastuti, N. S. K. (2020). Pelatihan Penyusunan Wacana Persuasif Dan Promotif Melalui Media Sosial Untuk Branding Desa Wisata Kleco, Samigaluh, Kulon Progo. *Bakti Budaya*, 3(1), 41. <https://doi.org/10.22146/Bb.55499>
- Jufri, & Nurhabibi, A. (2016). Tingkat Keterbacaan Wacana Buku Teks Sekolah Menengah Atas. *Indonesian Journal Of Educational Studies*, 19(01), 31–35.
- Keraf, G. (2003). *Argumentasi Dan Narasi*.

- 8735 *Amanat dalam Wacana Persuasif Pencegahan Covid-19 Sebagai Sumber Belajar Bahasa Indonesia di Tingkat SMP – Noer Hayati, Markhamah, Laili Etika Rahmawati*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i5.3930>
- Lexy J. Moleong, D. M. A. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). *PT. Remaja Rosda Karya*, 95(1), 100–106. <https://doi.org/10.1016/J.Carbpol.2013.02.055>
- Mas'udi, W., & Winart, P. S. (2020). Tata Kelola Penanganan COVID-19 Di Indonesia. In *Gajah Mada University Press*.
- Nina, N., Ratnasari, A., & Fakhrunnisa, R. (2021). Analisis Kalimat Persuasif Pada Iklan Penerimaan Mahasiswa Baru Di Stkip Muhammadiyah Bogor Untuk Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa 2020/2021 Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 57–62. <https://doi.org/10.47492/Jih.V10i1.669>
- Nuramdani, M. (2020). New Normal: Definisi, Panduan, Penerapan Saat Pandemi COVID-19. *PT Media Kesehatan Indonesia*., 1–5.
- Rahmania, S. A. (2020). Tindak Tutur Dalam Wacana Bimbingan Konseling Pada SMA Di Kota Semarang. *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(2), 171. <https://doi.org/10.29300/Disastra.V2i2.3045>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.*, April 2015, 31–46. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistriyani Dan Kuntoro. (2020). Analisis Wacana Persuasif Untuk Memotivasi Diri Dalam Poster Covid-19 Pembelajaran Daring Siswa Kelas 6 Al Mujib Sd Al Irsyad Al Islamiyyah 02 Purwokerto. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 7(1).
- Sulistriyani, S., & Kuntoro, K. (2021). Analisis Wacana Persuasif Untuk Memotivasi Diri Dalam Poster Covid-19 Pembelajaran Daring Siswa Kelas 6 Al Mujib SD Al Irsyad Al Islamiyyah 02 Purwokerto. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 7(1), 83. <https://doi.org/10.30595/Mtf.V7i1.9744>