

Nurul Fauziyah<sup>(1)</sup>, Nanda Riska Dwi Aprila<sup>(2)</sup>*UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*

nurul.fauziyah19@mhs.uinjkt.ac.id,

[nandariskadwiaprila@email.com](mailto:nandariskadwiaprila@email.com)

**Abstract:** This study describes forms of syntactic constructions or syntactic tools on several culinary slogans. This research uses a qualitative descriptive approach, because it describes the forms of syntactic construction categories on culinary slogans on social media or print media and analyzes syntactic constructions on the culinary slogan. The data in this study is based on written data sources in the form of phrases, clauses, sentences, and discourses from culinary slogans that have been collected. This study uses documentation techniques, namely by listening, recording, and classifying the forms of syntactic construction found in culinary slogans to collect data. The analytical technique in this study uses a basic distributional technique, namely the Segmenting Immediate Constituents Technique (Segmenting Immediate Constituents Techniques) which is used to categorize a construction of the direct elements that make up the construction and the orthographic match method or written language because based on the determinants, part of the language studied is in the form of written language, namely culinary slogans.

**Keywords:** *culinary slogans, construction, syntax*

## PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia mempunyai posisi yang penting sekali untuk bangsa Indonesia (Bahtiar, 2019). Bahasa merupakan suatu sistem simbol bunyi yang bersifat arbitrer (manasuka). Pada mulanya, bahasa adalah manasuka. Namun, karena perkembangan bahasa telah berurat dan berakar kokoh, maka bahasa yang bersifat manasuka itu menjadi kebiasaan, kemudian menjadi aturan yang menetap dalam sebuah sistem. Contoh hewan tertentu di Indonesia yang disebut *anjing* tetapi di Inggris disebut *dog* dan di Mekkah disebut *kalbun* (Suhardi, 2013). Bahasa dimanfaatkan masyarakat sebagai identifikasi dirinya. Selain itu, bahasa juga dimanfaatkan masyarakat sebagai alat berkomunikasi dan bekerja sama (Prihatini, 2015). Jika tanpa adanya suatu bahasa, maka proses interaksi dan semua jenis kegiatan akademik tidak dapat berjalan benar dan baik maupun menjadi sempurna (Martaulina, 2018).

Bahasa terbagi menjadi dua lapisan, yaitu lapisan arti dan lapisan bentuk. Lapisan arti dapat dikaji oleh semantik (Dewi, 2009). Secara garis besar dapat dikatakan bahwa bahasa merupakan sistem bunyi yang mempunyai makna, simbol bunyi, dan diucapkan dari sistem arbitrer manusia dalam keadaan wajar dan dimanfaatkan untuk berkomunikasi (Yendra, 2018). Kemudian lapisan bentuk terbagi lagi menjadi satuan fonologik dan satuan gramatik. Satuan fonologik terdiri dari fonem dan suku kata. Sedangkan, satuan gramatik terdiri dari morfem, kata, frase, klausa, kalimat, dan wacana. Dalam linguistik, satuan fonologik dapat dikaji oleh fonologi dan satuan gramatik yang meliputi kata dan morfem dikaji oleh morfologi, satuan gramatik yang meliputi frase, klausa, dan kalimat dikaji oleh sintaksis.

Sintaksis merupakan bagian dari linguistik yang membahas mengenai kaitan antarkata dalam ucapan/*speech* (Arifin & Junaiyah, 2008). Menurut Kridalaksana sintaksis merupakan bagian dari linguistik yang mengkaji tentang kaitan antara kata dan kata, atau antara kata dan satuan-satuan yang lebih besar, atau antara satuan yang lebih besar di dalam bahasa itu dan pengaturannya. Maksudnya, sintaksis merupakan

bagian dari ilmu bahasa yang mengkaji tentang pengaturan serta kaitan antarkata dalam satuan gramatik yang meliputi frase, klausa, dan kalimat. Senada dengan itu, Ramlan juga menjelaskan bahwa sintaksis merupakan bagian dari ilmu bahasa yang membahas tentang seluk-beluk frase, klausa, kalimat, dan wacana. Kedua pengertian tersebut menyatakan bahwa frase, klausa, kalimat, dan wacana merupakan wujud satuan bahasa yang terdapat seluk-beluk unsur dan hubungan unsur di dalamnya yang perlu dipelajari oleh sintaksis.

Alat sintaksis terdiri atas satuan bahasa atau teknik yang dipakai untuk menciptakan konstruksi sintaksis yang meliputi frasa, klausa, kalimat, dan wacana. Kentjono dan Kridalaksana menyatakan, bahwa ada empat jenis alat sintaksis yaitu urutan, bentuk kata, intonasi, dan kata tugas. Dengan adanya empat alat sintaksis tersebut yang berbeda bentuknya, maka dapat terbentuk frasa, klausa, dan kalimat.

Konstruksi merupakan proses pengaturan kata-kata atau kelompok kata menjadi satu kesatuan yang memiliki makna. Jadi, konstruksi sintaksis merupakan pengelompokan satuan-satuan bahasa yang memiliki makna sesuai dengan kaidah-kaidah sintaksis sebuah bahasa. Satuan bahasa tersebut dalam konstruksi sintaksis meliputi frase, klausa, kalimat, dan wacana. Frasa merupakan konstruksi sintaksis yang tersusun atas dua kata atau lebih dan tidak melampaui batas fungsi yang selalu berada dalam satu fungsi tertentu secara menyeluruh, yaitu S, P, O, PEL, atau KET. Klausa merupakan bagian konstruksi sintaksis yang tersusun dari dua kata paling sedikitnya untuk mendukung fungsi subjek maupun predikat. Kalimat merupakan konstruksi sintaksis yang tersusun atas unsur-unsur segmental meliputi kata, frase, atau klausa dan unsur-unsur suprasegmental meliputi jeda atau kesenyapan dan intonasi. Wacana merupakan konstruksi sintaksis yang biasanya tersusun atas kalimat-kalimat yang mendukung sebuah gagasan lengkap (Santoso, 2010).

Menurut KBBI, Slogan merupakan tuturan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi golongan, organisasi, partai politik, dan sebagainya. J. S. Badudu juga mengatakan hal yang serupa, slogan merupakan kata atau kalimat pendek yang memiliki arti dan bunyi menarik agar mudah diingat-ingat. Kedudukan slogan yang terletak pada surat iklan biasanya berada di bawah atau di dekat nama produk yang ditawarkan. Slogan ditulis dekat nama produk dan diletakkan di bagian kanan, di bagian kiri, di bagian bawah maupun di bagian atas nama produk.

Ada beberapa penelitian serupa yang pernah dilakukan terkait pada slogan kuliner dan minuman. Penelitian pertama ditulis oleh Lazfihma tahun 2014 dengan judul *Analisis Gaya Bahasa Dalam Slogan Iklan Minuman Di Televisi* menganalisis bahasa pada slogan dan mencari makna bahasa pada slogan tersebut. Namun, pada penelitian ini Lazfihma mengkaji tentang gaya bahasa dan jenis slogan yang dijadikan objek adalah slogan iklan minuman (Sakee, 2014). Penelitian kedua ditulis oleh Upit Sarimanah tahun 2017, berjudul *Analisis Bahasa Slogan Rumah Makan Di Yogyakarta* menganalisis struktur, bentuk, ragam bahasa, dan makna slogan rumah makan di Yogyakarta. Membahas mengenai bentuk, ragam bahasa, dan makna slogan rumah makan disajikan dalam tiga bagian permasalahan. Slogan rumah makan didominasi oleh bentuk klausa, yang terdiri dari klausa verbal, klausa nominal, klausa adjektival, dan klausa preposisional. Slogan yang berbentuk kalimat terdiri dari kalimat deklaratif dan kalimat imperatif. Ragam bahasa yang ditemukan meliputi bahasa baku, bahasa nonbaku, bahasa asing dan bahasa daerah. Berdasarkan jenis makna pada slogan ditemukan makna lugas dan makna metaforis. Penelitian ketiga ditulis oleh Ika Suci Ramadani tahun 2020, berjudul *"Analisis Makna Gaya Bahasa Dalam Slogan Makanan Ringan Di Televisi"* menganalisis makna gaya bahasa

yang dipakai dalam slogan iklan makanan ringan berupa biskuit di televisi. Penelitian ini juga mengkaji slogan makanan kemudian mencari makna bahasa pada slogan makanan biskuit tersebut (Ramadani, 2020).

Pada penelitian ini peneliti akan menganalisis konstruksi sintaksis pada slogan kuliner. Hal tersebut menjadi suatu hal yang sangat menarik untuk diteliti karena terdapat beberapa hal: *pertama*, ragam bahasa dengan sifat yang khas, sederhana, efisien, efektif, dan komunikatif; *kedua*, slogan kuliner memiliki fungsi sebagai sarana untuk mengajak konsumen membaca dan berpikir mengenai maksud dan tujuan dari slogan tersebut dan kaitannya dengan produk yang ditawarkan secara tidak langsung. Bentuk penulisan slogan kuliner yang dikaji dapat dilihat melalui diksi atau pilihan kata dan gaya bahasanya yang mempunyai kekhasan tersendiri. Hal tersebut ditunjukkan oleh pilihan kata, frase atau klausa tertentu.

## METODE

Metode penelitian linguistik dibedakan menjadi tiga, yaitu metode pengumpulan data, metode analisis data, dan metode pemaparan hasil analisis data atau metode penyajian hasil uraian data (Sudaryanto, 1992). Penelitian *Konstruksi Sintaksis Pada Slogan Kuliner* menggunakan metode pendekatan penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini akan mendeskripsikan bentuk-bentuk kategori konstruksi sintaksis pada slogan kuliner di media cetak poster maupun media sosial *Instagram* dan *Line Today* serta menganalisa konstruksi sintaksis pada slogan kuliner tersebut.

Sumber data berupa slogan kuliner di media cetak poster dan maupun media sosial *Instagram* dan *Line Today* merupakan data yang peneliti pakai sebagai sumber data utama. Data berupa 2 frase, 12 klausa, 9 kalimat dan 3 wacana yang digunakan pada slogan kuliner di media cetak poster maupun media sosial *Instagram* dan *Line Today* digunakan untuk menganalisa bentuk-bentuk kategori konstruksi sintaksis, kemudian menganalisa konstruksi sintaksis pada slogan kuliner tersebut. Instrumen yang digunakan dalam penulisan penelitian ini yaitu manusia sebagai subjek penelitian itu sendiri, gawai untuk mendokumentasikan serta data yang membantu penelitian seperti tabel, klasifikasi dan abreviasi.

Penelitian ini menggunakan beberapa langkah dalam pengumpulan data. *Pertama*, teknik simak yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap penggunaan kebahasaan, terkait bentuk-bentuk konstruksi sintaksis pada slogan kuliner di media cetak maupun media sosial. *Kedua*, teknik dokumentasi yaitu dengan memanfaatkan instrumen lain berupa teknologi dalam memperoleh data, seperti menggunakan tangkapan layar untuk mendapatkan data berupa bentuk-bentuk konstruksi sintaksis pada slogan kuliner di media cetak maupun media sosial. *Ketiga*, teknik catat yaitu dengan proses pencatatan apabila terdapat data terkait bentuk-bentuk konstruksi sintaksis pada slogan kuliner di media cetak maupun media sosial. *Keempat*, teknik pustaka yaitu dengan memperoleh sumber-sumber tertulis berupa buku, e-book, jurnal, artikel, dan skripsi yang akan disajikan ke dalam penulisan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan teknikanalisis data berupa teknik dasar distribusional. Teknik dasar distribusional yaitu teknik bagi unsur langsung (BUL) (*Segmenting Immediate Constituents Techniques*) yang digunakan untuk mengkategorikan sebuah konstruksi terhadap unsur-unsur langsung yang mendirikan konstruksi tersebut. Penelitian ini juga menggunakan metode padan ortografis sebagai metode analisis karena berdasarkan alat penentunya bagian dari bahasa yang diteliti berupa bahasa tulis yaitu slogan kuliner. Penggunaan metode padan ortografis atau bahasa tulis dalam penelitian ini dimaksud untuk mengkaji bentuk-bentuk konstruksi sintaksis pada slogan kuliner di media sosial atau media cetak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Bentuk-Bentuk Kategori Konstruksi Sintaksis Pada Slogan Kuliner di Media Sosial *Instagram* dan *Line Today* atau Media Cetak Poster

No.	Konstruksi Sintaksis	Slogan Kuliner
1.	Frase	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KFC   Jagonya Ayam</li> <li>• Warung Steak and Shake   Steaknya Indonesia</li> </ul>
2.	Klausa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indomie   Indomie Seleraku</li> <li>• McDonald' s   Saya Menyukainya</li> <li>• Burger King   Selera adalah Raja</li> <li>• Garuda Food Nasi Instan   Coba Dulu Kapan Saja Bisa</li> <li>• Tacose Resto   Makan dan Puas</li> <li>• Solaria   Perjalanan Kuliner Anda</li> <li>• Mbah Jingkrak   Spesial Masakan Jowo</li> <li>• Bebek Bengil   Bebek Renyah Asli Sejak 1990</li> <li>• Laperpool   Resep Rumahan, Rasa Restoran</li> <li>• Abuba   Ini Steak Saya</li> <li>• Holycow!   Steak Rumahan oleh Chef Afrit</li> <li>• BamBoo   Papan dan Panggangannya</li> </ul>
3.	Kalimat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bakso Sapi Buntut "Permata" Gie   Menyajikan Bakso dengan Maksimal.</li> <li>• chicken.id   Semua tentang ayam.</li> <li>• Lau' sKopitiam   Kopitiam Hainan Asli.</li> <li>• Maicih   Untuk Cinta Ichierswith.</li> <li>• KlengerBurger   100% Tulen.</li> <li>• Dapur Sunda   Restoran Indonesia Terbaik.</li> <li>• Bakso Malang   Rajanya Rasa.</li> <li>• Ayam Bakar Mas Mono   Enak Dimakan &amp; Perlu!</li> <li>• Bebek Kaleyo   Empuk, Lezat dengan Sambal Dahsyat!</li> </ul>
4.	Wacana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Big Burger   Kapan pun dan di mana pun, selalu Big Burger Pilihannya. Anda pesan, Kami antar!! Nikmati Paket Burger Super Hanya Rp. 30.000; (Pemesanan 021-254896).</li> <li>• Queen Chicken   kini lebih spesial dengan kenikmatan blackpaper. kepedasan khas balado, dan kelembutan cheese. Dapatkan kingschicken spesial mulai 25.000-an. Hanya di KNCF (hanya tersedia di pulau jawa)</li> <li>• KFC ZuperKrunch  Ini baru burger yang beda, renyahnya dahsyat, dengan pattydaging ayam utuh, dipadu mayonaise, zuper saus, keju cheedar, freshlettuce KFC ZuperKrunch nikmat tiap gigitan, sensasional, baru, KFC ZuperKrunch. Mulai 20.000an.</li> </ul>

Analisis Konstruksi Sintaksis Pada Slogan Kuliner di Media Sosial *Instagram* dan *Line Today* atau Media Cetak Poster

## a. Frase

Frase atau frasa merupakan kumpulan kata yang tersusun atas dua kata maupun lebih dan tidak melewati batasan fungsinya baik pada subjek, predikat, objek, pelengkap, maupun keterangan (Suhardi, 2013). Dari keseluruhan slogan yang terdata pada tabel di atas, ada 2 slogan yang tergolong sebagai frasa, yaitu slogan KFC, dan slogan Warung Steak and Shake.

### 1. KFC Berslogan “Jagonya Ayam”

Slogan KFC ‘Jagonya ayam’ sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat penggemar restoran ayam cepat saji. Bagi masyarakat urban, keberadaan KFC telah menjadi bagian dari gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan. Produk makanan cepat saji asal Amerika Serikat ini begitu populer di mata masyarakat Indonesia dengan menu andalannya ayam goreng tepung yang kriuknya hingga gigitan akhir, bumbu khasnya yang gurih dan nikmat. Slogan ‘jagonya ayam’ merupakan sebuah strategi pemasaran yang lebih mengarah ke struktur pengelolaan ayamnya KFC Indonesia. KFC kepanjangan dari Kentucky Fried Chicken yang didirikan oleh Kolonel Sanders pada tahun 1952.

Frase dalam slogan ini tersusun atas dua kata yaitu kata ‘Jagonya’ dan kata ‘Ayam’. Slogan ‘Jagonya Ayam’ menduduki unsur klausa subjek (S) dan termasuk ke dalam kategori pengisi subjek yang berperan sebagai nomina dan adjektiva. Dalam konstruksi sintaksis, kata ‘jagonya’ termasuk ke dalam kategori subjek yang berperan sebagai adjektiva yang menyatakan juaranya. Sedangkan, kata ‘ayam’ termasuk ke dalam kategori subjek yang berperan sebagai nomina yang menyatakan pelaku atau alat. Brand makanan cepat saji KFC ini memiliki ciri khas tersendiri dari slogannya. Slogan yang terdapat dalam KFC bermakna bahwa restoran cepat saji yang mengolah ayam kriuk paling juara di kalangan masyarakat Indonesia.

### 2. Warung Steak and Shake | Berslogan “Steaknya Indonesia”

Warung steak and shake didirikan oleh Jody Brotosuseno dan Siti Hariyanipada tahun 2000 di Yogyakarta. Nama warung yang mereka pilih dijadikan untuk nama tempat yang mereka dirikan, bukan restoran atau kafe yang terlihat mewah dan harganya yang mahal. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen karena tempatnya biasa dengan harga ekonomis. Daftar harga dipasang oleh mereka pada bagian depan warung supaya calon konsumen dapat mengetahui harga yang murah dari menu mereka. Uniknyanya dari warung steak and shake ini tersedia nasi untuk dimakan bersama steak, sebagaimana ciri khas masyarakat Indonesia yang berkebutuhan pokok nasi. Slogan yang dimiliki dari Warung Steak and Shake yaitu “Steaknya Indonesia” karena warung steak and shake ini tersedia menu nasi putih yang dapat dimakan bersama steak. Tentunya hal ini menjadi salah satu kuliner unik dan kreatif Indonesia karena hidangan steak dipadukan dengan makanan pokok orang Indonesia yaitu nasi.

Frase dalam slogan ini tersusun atas dua kata yakni kata ‘Steaknya’ dan kata ‘Indonesia’. Slogan ‘Steaknya Indonesia’ menduduki unsur klausa subjek (S) dan termasuk ke dalam kategori pengisi subjek yang berperan sebagai nomina. Dalam konstruksi sintaksis, kedua kata slogan ini berkategori nomina. Kata ‘Steaknya’ memiliki peran nomina yang bermakna pelaku, alat, hasil, dan penderita. Sedangkan, kata ‘Indonesia’ memiliki peran nomina yang bermakna tempat dan dikenal. Kedua kata tersebut jika digabungkan memiliki makna sebuah tempat makan asli Indonesia yang menyajikan Steak dengan Nasi yang dicirikan sebagai kebutuhan pokok Indonesia. Tentunya hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk para pecinta steak, terutama kalangan

anak muda.

### **b. Klausa**

Klausa merupakan satuan gramatik yang tersusun atas subjek maupun predikat yang disertai objek, pelengkap, keterangan, ataupun tidak (Santhi, 2018). Dari keseluruhan slogan yang terdata pada tabel di atas, ada 12 slogan yang tergolong sebagai klausa, yaitu slogan Indomie, slogan McDonald' s, slogan Burger King, slogan Garuda Food Nasi Instan, slogan Tacose Resto, slogan Solaria, slogan Mbah Jingkrak, slogan Bebek Bengil, slogan Laperpool, slogan Abuba, slogan Holycow!, dan slogan BamBoo. Terdapat 8 slogan yang merupakan terjemahan dari bahasa Asing, 3 slogan yang menggunakan istilah bahasa Indonesia, dan 1 slogan yang menggunakan istilah bahasa daerah yaitu Jawa.

#### 1. Indomie | Berslogan "Indomie Seleraku"

Slogan Indomie Seleraku sudah sangat di kenal oleh masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat penggemar mie instan. Bagaimana tidak? Ketika tahun 1969 banyak masyarakat yang meragukan produk mi instan Indomie sebagai makanan pokok selain nasi.

Seiring berjalannya waktu, produk mie instan dari Indomie dapat diterima di masyarakat karena mi nya yang bertekstur lembut, rasa yang khas dimiliki setiap macam Indomie dan harganya yang ekonomis membuat masyarakat Indonesia ketagihan. Lama-kelamaan sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia, sehingga konsumen Indomie makin bertambah banyak. Hal inilah yang kemudian menjadi konsep utama dalam strategi pemasaran Indomie dengan slogan 'Indomie Seleraku' yang bermakna walaupun bermacam-macam produk mi instan, tetap indomie yang menjadi selera masyarakat Indonesia.

Klausa dalam slogan ini tersusun atas dua kata yaitu "Indomie Seleraku" yang menduduki unsur klausa yaitu predikat (P). Klausa dalam slogan ini termasuk ke dalam klausa nominal karena dalam konstruksi sintaksis kata 'Seleraku' berperan sebagai predikat yang tergolong nomina. Sedangkan, kata 'Seleraku' berperan sebagai nomina adjektiva yang menyatakan kesukaanku. Klausa pada slogan ini tergolong sebagai klausa bebas. Slogan milik produk Indomie ini sangat menarik untuk masyarakat. Karena dengan adanya kata seleraku membuat masyarakat untuk selalu ingat jika ingin memakan mi instan, agar memakan mie instan dari produk Indomie.

#### 2. Mc Donald' s | Berslogan "Saya Menyukainya"

McDonald' s atau yang lebih dikenal dengan McD merupakan salah satu perusahaan restoran cepat saji yang terdapat di Indonesia dengan hidangan ayam krispy, burger, kentang goreng, dan segala macam jenis minuman bersoda. Slogan yang dimiliki restoran cepat saji ini berslogan istilah bahasa Asing yakni '*I' m LovinIt*' dan di terjemahkan ke dalam bahasa Indonesia artinya menjadi 'Saya Menyukainya'. Tentunya penggunaan istilah bahasa Asing di Indonesia sejajar dengan pendiri McD yaitu Kroc yang mengklaim menjadi perusahaan terbesar di dunia. Jadi, istilah bahasa Asing lebih digunakan agar masyarakat tertarik untuk membelinya.

Klausa yang terdapat dalam slogan ini yaitu 'Saya Menyukainya'. Dalam konstruksi sintaksis, slogan 'Saya Menyukainya' berkategori unsur klausa Subjek (S) dan Predikat (P). Subjek terdapat dalam kata 'Saya' yang bermakna nomina sebagai pelaku, tempat, dan alat. Sedangkan, predikat terdapat dalam kata 'Menyukainya' yang bermakna verba sebagai keadaan, perbuatan, dan pemerolehan. Kedua kata tersebut jika digabungkan memiliki makna sebuah restoran cepat saji yang memiliki keunikan sendiri terhadap konsumennya. Keunikan slogan dari restoran Mcd yakni konsumen yang memakan

makanan Mcd akan menyukainya. Dengan kata lain, konsumen yang memakan makanan Mcd akan menjadi pelaku penikmat restoran Mcd, lalu setelah memakannya akan menimbulkan perbuatan atau keadaan untuk menyukai kembali menu makanan yang disediakan restoran tersebut. Sehingga dikenal dengan istilah *I' m Lovin It* atau Saya Menyukainya.

### 3. Burger King | Berslogan “Selera Adalah Raja”

Burger King adalah restoran yang menyediakan khusus hamburger, berasal dari Amerika Serikat. BK atau Burger King yang terdapat di Indonesia merupakan salah satu perusahaan makanan cepat saji yang menyajikan burger sebagai menu utamanya, dan disusul dengan menu lainnya seperti kentang goreng, ayam kripsi, dan minuman. Slogan yang dimiliki restoran cepat saji ini berslogan istilah bahasa Asing yakni ‘*Taste Is King*’ yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia artinya ‘Selera adalah Raja’.

Klausa yang terdapat dalam slogan ini yaitu ‘Selera adalah Raja’. Dalam konstruksi sintaksis, slogan ‘Selera adalah Raja’ berkategori unsur inti klausa Subjek (S) dan Objek (O). Subjek terdapat dalam kata ‘Selera’ yang bermakna adjektiva sebagai hasil dan sebab. Sedangkan, Objek terdapat dalam kata ‘Raja’ yang bermakna nomina sebagai penderita dan penerima. Konstruksi makna slogan dari kedua kata tersebut ialah selera makanan yang disajikan oleh restoran Burger King adalah selernya Raja. Raja yang dimaksud dalam arti kata ini adalah konsumen yang memakan makanan Burger King. Jadi, penderita dan penerima yang terdapat dalam kata Raja ialah Konsumen. Tentunya slogan tersebut menjadi daya tarik masyarakat untuk mengonsumsi makanan cepat saji sesuai dengan selernya.

### 4. Garuda Food Nasi Instan | Berslogan “Coba Dulu Kapan Saja Bisa”

Garuda Food Nasi Instan merupakan sebuah produk makanan dari perusahaan Garuda Food pada tahun 2004. Perusahaan ini meluncurkan produk yang cukup asing pada saat itu untuk masyarakat Indonesia, yakni nasi instan dengan berbagai macam rasa seperti nasi goreng ayam, nasi goreng pedas, nasi goreng ayam bawang, dan nasi goreng spesial. Untuk memperkenalkan produk nasi instan, Garuda Food melakukan promosi besar-besaran Garuda Food Nasi Instan di media televisi dengan slogan ‘Coba Dulu Kapan Saja Bisa’.

Klausa yang terdapat dalam slogan ini yaitu ‘Coba Dulu Kapan Saja Bisa’ yang memiliki makna untuk konsumen bahwa Garuda Food nasi instan adalah sebuah produk nasi instan yang bisa disajikan kapan saja. Karena mayoritas masyarakat Indonesia berkebutuhan pokok nasi, maka belum disebut makan kalau belum makan nasi. Oleh karena itu, perusahaan ini memproduksi nasi instan yang bisa disajikan kapanpun konsumen inginkan dan dimanapun konsumen berada. Tentunya hal ini menjadi sebuah makanan yang praktis dalam kebutuhan sehari-hari. Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Coba Dulu Kapan Saja Bisa’ berkategori unsur klausa Subjek (S) dan Predikat (P). Subjek terdapat dalam kata ‘coba dulu’ yang bermakna verba sebagai hasil dan sebab untuk para konsumen Garuda Food Nasi Instan. Sedangkan, predikat terdapat dalam kata ‘Kapan Saja Bisa’ yang bermakna frasa preposisional sebagai perbuatan dan keadaan untuk menyajikan produk Garuda Food Nasi Instan kepada para konsumen, karena produk nasi instan ini dapat dikonsumsi secara praktis.

### 5. Tacose Resto | Berslogan “Makan dan Puas”

Tacose Resto adalah sebuah restoran yang berasal dari Meksiko. Tacose berkonsep makanan ala warabala dengan sajian tekstur renyah dan isiannya disesuaikan dengan selera konsumen seperti daging-dagingan, keju, bawang-

bawangan, sayur-sayuran, dan penyedap lainnya. Selain itu, restoran ini juga menyediakan nasi bakar dan aneka minuman untuk konsumen tacose resto. Tacose Resto berslogan ‘makan dan Puas’ .

Klausa yang terdapat dalam slogan ini yaitu ‘makan dan puas’ . Slogan yang terdapat pada perusahaan Tacose Resto beristilah bahasa Asing. Awalnya slogan ini menggunakan istilah Asing ‘*Eat and Be Satisfied*’ memiliki makna ‘makan dan puas’ , maksudnya ialah setelah konsumen memakan sajian menu yang terdapat pada Tacose Resto, konsumen akan puas dengan makanan yang disajikan. Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Makan dan Puas’ berkategori unsur inti klausa Subjek (S) dan Keterangan (Ket). Subjek terdapat dalam kata *makan* yang bermakna verba sebagai hasil kegiatan untuk para konsumen berupa kegiatan memakan makanan Tacose Resto. Sedangkan, Keterangan terdapat dalam kata “puas” yang bermakna adjektiva sebagai akibat dan perjasas setelah memakan makanan Tacose Resto, konsumen akan puas dengan hidangan yang disajikannya.

#### 6. Solaria | Berslogan “Perjalanan Kuliner Anda”

Solaria merupakan restoran lokal asli Indonesia yang berdiri sejak tahun 1995, dapat dikatakan solaria adalah restoran untuk keluarga dengan rancangan *casualdining* yang menyediakan menu-menu makanan khas yang dihidangkan secara *freshfood* atau dimasak setelah makanan dipesan. Hidangan makanan dan minuman yang disajikan bermacam-macam. Sajian utamanya berupa nasi dan kwetiaw, seperti nasi ayam, nasi chicken, nasi goreng, kwetiaw ayam, dan lain sebagainya. Tentunya Solaria memiliki ciri khas tersendiri dalam penyajian makanannya yang berslogan ‘Perjalanan Kuliner Anda’ .

Klausa yang terdapat dalam slogan ini yaitu ‘*Perjalanan Kuliner Anda*’ . Slogan yang terdapat pada perusahaan Tacose Resto awalnya beristilah bahasa Asing, yang memiliki makna perjalanan kuliner anda. Maksudnya adalah ketika konsumen memakan hidangan Solaria, maka konsumen akan disuguhkan hidangan kuliner *fresh food*. Sehingga konsumen dapat menjadikan restoran Solaria menjadi perjalanan kulinernya. Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Perjalanan Kuliner Anda’ ’ berkategori unsur klausa subjek (S) dan predikat (P). Subjek terdapat dalam kata ‘kamu’ yang bermakna nomina sebagai penderita dan pelaku penikmat hidangan sajian Solaria. Sedangkan, predikat terdapat dalam kata perjalanan kuliner yang bermakna frasa preposisional sebagai pemerolehan, perbuatan konsumen terhadap Solaria.

#### 7. Mbah Jingkrak | Berslogan “Spesial Masakan Jowo”

Mbah Jingkrak adalah sebuah restoran asal Indonesia yang menyajikan masakan jawa, menggunakan resep dan rempah-rempah tradisional jawa dengan sedikit tambahan modifikasi sajian kekinian. sebagian menu Mbah Jingkrak bisa membuat konsumen jingkrak-jingkrak kepedasan, tapi juga tersedia berbagai menu tidak pedas yang spesial untuk konsumen bukan pecinta pedas. Tentunya Mbah Jingkrak memiliki ciri khas tersendiri dalam penyajian makanannya dengan slogan ‘Spesial Masakan Jowo’ .

Klausa yang terdapat dalam slogan ini yaitu ‘Spesial Masakan Jowo’ , beristilah berbahasa daerah, khususnya bahasa Jawa Tengah. Slogan ‘Spesial Masakan Jowo’ memiliki makna bahwa restoran Mbah Jingkrak merupakan restoran khusus masakan Jawa untuk masyarakat Indonesia. Jadi, untuk masyarakat selain Jawa dapat mencicipi masakan jawa dengan mudah apabila ingin memakan masakan Jawa. Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Spesial Masakan Jowo’ berkategori unsur inti klausa berupa subjek (S), predikat (P), dan objek (O). Subjek terdapat dalam kata ‘Spesial’ yang bermakna adjektiva sebagai



penerima dan hasil untuk para konsumen Mbah Jingkrak. Predikat terdapat dalam kata ‘Masakan’ yang bermakna pengenalan aneka masakan Jawa. Dan Objek terdapat pada kata ‘Jowo’ yang bermakna nomina sebagai alat dan tempatnya menu yang disajikan Mbah Jingkak berasal dari Jawa.

## 8. Bebek Bengil | Berslogan “Bebek Renyah Asli Sejak 1990”

Bebek Bengil adalah sebuah restoran yang menyajikan bebek sebagai menu utamanya, Dibuka pada tahun 1990, Bebek Bengil (*Dirty Duck Diner*) menyajikan makanan lezat dan menyediakan layanan hebat dalam suasana yang ramah, nyaman dan santai. Tentunya Bebek Bengil memiliki ciri khas tersendiri dalam penyajian makanannya menggunakan slogan ‘Bebek Renyah Asli Sejak 1990’.

Klausa yang terdapat dalam slogan ini awalnya berbahasa Asing yaitu ‘The Original Crispy Duck Since 1990’ yang memiliki makna makanan bebek slogan asli yang dibuat sejak tahun 1990. Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Bebek Renyah Asli Sejak 1990’ berkategori unsur inti klausa subjek (S), predikat (P), dan keterangan waktu (Ket.w.). Subjek terdapat dalam kata ‘bebek’ yang bermakna verba sebagai hasil dari hidangan sajian Bebek Bengil. Predikat terdapat dalam kata ‘renyah asli’ yang bermakna nomina sebagai pengenalan sajian Bebek Bengil yang renyah. Dan Keterangan Waktu terdapat dalam kata ‘Sejak 1990’ yang bermakna adanya waktu restoran Bebek Bengil.

## 9. Laperpool | Berslogan “Resep Rumahan, Rasa Restoran”

Laperpool adalah tempat makan di Jakarta yang menyajikan menu hidangan nasi goreng, ayam krispy, ayam goreng lalapan, dan aneka mi. Laperpool memiliki ciri khas tersendiri dalam penyajian makanannya dengan slogan ‘Resep Rumahan, Rasa Restoran’.

Klausa yang terdapat dalam slogan ini yaitu ‘Resep Rumahan, Rasa Restoran’ yang memiliki makna bahwa tempat makan ini memiliki ciri khas penyajian makanannya dengan resep rumahan tetapi rasanya menjamin seperti rasa restoran, dengan harga yang sangat terjangkau di kalangan masyarakat. Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Resep Rumahan, Rasa Restoran’ berkategori unsur inti klausa subjek (S) dan predikat (P). Subjek terdapat dalam kata ‘Resep Rumahan’ yang bermakna nomina sebagai alat dan hasil menu makanan Laperpool berasal. Sedangkan, predikat terdapat dalam kata ‘Rasa Restoran’ yang bermakna frase preposisional sebagai pengenalan rasa tempat makan Laperpool seperti rasa restoran bintang lima.

## 10. Abuba | Berslogan “Ini Steak Saya”

Abuba menjadilah satu restoran steak yang cocok untuk acara kumpul keluarga, teman, atau kekasih. Abuba menyajikan aneka steak seperti steak sapi, steak ayam, steak ikan. Umumnya hidangan steak disajikan dengan kentang, tetapi di restoran Abuba juga tersedia nasi putih untuk konsumen yang ingin menyantap steak bersama nasi putih yang panasnya mengepul. Abuba juga menyediakan aneka minuman menyegarkan sesuai dengan minat konsumen.

Klausa yang terdapat dalam slogan ini yaitu ‘Ini Steak Saya’. Slogan yang terdapat pada perusahaan Abuba awalnya beristilah bahasa Asing, yang memiliki makna bahwa Abuba ini steak Saya. Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Ini Steak Saya’ berkategori unsur inti klausa subjek (S) dan predikat (P). Terdapat dalam kata ‘Ini’ yang bermakna nomina, karena menggunakan kata ganti Abuba. Sedangkan, subjek dan predikat terdapat dalam kata ‘Steak Saya’ yang bermakna nomina, karena menunjukkan bahwa Abuba adalah steak saya.

## 11. Holycow! | Berslogan “Steak Rumahan oleh Chef Afit”

Holycow merupakan restoran yang menyediakan makanan berbahan dasar wagyu steak dengan harga yang terjangkau, tidak mahal dan rasa yang enak. Ada banyak jenis steak yang bisa dicoba seperti menu Holy Steak, WagyuSirloin, WagyuTenderloin, Buddy Beef Ribs, BurgerWagyu, Lambchop, Wagyu Sirloin MB 9+, Wagu Tenderloin MB 9+, Japanese Premium Sirloin, Japanese Premium Rib Eye, Wagyu Rib Eye, Wagyu Topside MB 9+, Buddy’ s SpecialSteak, dan masih banyak lagi. Holycow sudah berdiri sejak bulan Maret 2010 dan berlokasi di kawasan Radio Dalam Raya. Tentunya restoran steak ini memiliki slogan yaitu ‘Steak Rumahan oleh Chef Afit’ .

Klausa yang terdapat dalam slogan ini awalnya berbahasa Asing yaitu ‘Steak House by Chef Afit’ yang memiliki makna bahwa Holycow adalah restoran aneka steak wagyu yang didikikan oleh chef Afit. Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Steak Rumahan oleh Chef Afit’ berkategori unsur klausa berupa subjek (S) dan predikat (P). Subjek terdapat dalam kata ‘*Steak Rumahan*’ yang bermakna nomina. Sedangkan, predikat terdapat dalam kata ‘oleh Chef Afit’ yang bermakna nomina.

## 12. BamBoo | “Papan dan Panggang”

Bamboo adalah Restoran yang mendesain restorannya dengan struktur bambu. Restoran bamboo menyajikan berbagai makanan lezat dengan kombinasi masakan Indonesia, Cina, dan masakan Barat. Restoran ini sangat nyaman karena memancarkan atmosfer yang indah saat menyantap makanan yang disajikan pada restoran ini. Restoran ini memiliki ciri khas atau jargon yaitu ‘Papan dan Panggang’ .

Dalam klausa konstruksi sintaksis, slogan ‘Papan dan Panggang’ berkategori unsur inti klausa berupa subjek (S) dan predikat (P). Subjek terdapat dalam kata ‘papan’ yang bermakna nomina. Sedangkan, predikat terdapat dalam kata ‘panggang’ yang bermakna verba.

*c. Kalimat*

Kalimat merupakan satuan bahasa terkecil dalam wujud lisan maupun tulisan, yang mengungkapkan pikiran secara utuh atau kumpulan kata yang tersusun atas unsur kalimat sebagai suatu konstruksi (Fillat, 2018). Dari keseluruhan slogan yang terdata pada tabel di atas, ada 9 slogan yang tergolong sebagai kalimat, yaitu slogan Bakso Sapi Buntut “Permata” Gie, slogan Chicken.id, slogan Lau’sKopitiam, slogan Maicih, slogan KlengerBurger, slogan Dapur Sunda, slogan Bakso Malang, slogan Ayam Bakar Mas Mono, dan slogan Bebek Kaleyo. Dari slogan tersebut, terdapat 4 slogan hasil terjemahan dari istilah bahasa Asing dan 5 slogan berbahasa Indonesia.

## 1. Bakso Sapi Buntut “Permata” Gie | Berslogan “Menyajikan Bakso dengan Maksimal.”

Bakso Sapi Buntut “Permata” Gie adalah salah satu kuliner Indonesia yang terbuat dari daging sapi dan diolah menjadi gilingan bakso, lalu disajikan dengan kuah, serta sayuran dan mie sebagai pelengkap. Tentunya Bakso Sapi Buntut “Permata” Gie, memiliki slogan tersendiri untuk dikenal di masyarakat. Slogan yang dimiliki Bakso ini yaitu ‘Menyajikan Bakso dengan Maksimal’ .

Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘Menyajikan Bakso dengan Maksimal’ termasuk ke dalam kalimat sederhana. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur subjek (S) dan keterangan adjektiva (Ket. Adjektiva). Subjek terdapat pada kata ‘Menyajikan Bakso’ berperan sebagai

nomina yang bermakna pelaku, tempat dan hasil olahan daging sapi untuk dikonsumsi oleh konsumen. Sedangkan, keterangan adjektiva terdapat pada kata ‘dengan Maksimal’ yang berperan sebagai keterangan adjektiva yang menunjukkan tingkat kualitas rasa dari Bakso Sapi Buntut “Permata” Gie. Kalimat tersebut merupakan jenis kalimat deklaratif karena pada slogan ini terdapat tanda (.) di akhir kalimatnya.

## 2. Chicken.id | Berslogan “Semua Tentang Ayam.”

Chicken.id adalah makanan Indonesia yang terbuat dari ayam sebagai bahan dasar sekaligus menu utamanya, diolah menggunakan tepung krispy, dan dihidangkan bersama sambal dan nasi. Awalnya Chicken.id memiliki slogan tersendiri untuk dikenal di masyarakat yaitu ‘All about chicken’ yang bermakna tersedia bermacam-macam ayam tepung krispy.

Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘*Semua Tentang Ayam*’ termasuk kedalam kalimat luas. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur subjek (S) predikat (P), dan objek (O). Subjek terdapat pada kata ‘*All*’ berperan sebagai nomina yang menyatakan terjumlah. Predikat terdapat pada kata ‘*about*’ berperan sebagai verba yang menyatakan pengenalan terkait chicken. Dan objek terdapat pada kata ‘*chicken*’ yang berperan sebagai hasil makanan yang diolah menjadi beberapa menu di Chicken.id. Dan slogan ini juga termasuk ke dalam jenis kalimat deklaratif karena diakhiri dengan tanda titik (.)

## 3. Lau’s Kopitiam | Berslogan “Kopitiam Hainan Asli.”

Lau’s Kopitiam adalah salah satu tempat makan dan minum yang menyajikan berbagai olahan kopi dan teh sertamakanan roti bakar. Lau’s Kopitiam awalnya memiliki slogan berbahasa Asing yaitu ‘*Authentic Hainanese Kopitiam*’. Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘Kopitiam Hainan Asli’ termasuk ke dalam kalimat sederhana. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur subjek (S) dan objek (O). Subjek terdapat pada kata ‘Kopitiam’ berperan sebagai adjektiva. Sedangkan, Objek terdapat pada kata ‘Hainan Asli’ yang berperan sebagai nomina. Ciri yang mendukung adalah slogan pada akhir kalimat ini diakhiri dengan tanda titik (.) dan termasuk ke dalam jenis kalimat deklaratif.

## 4. Maicih | berslogan “Untuk Cinta Ichierswith”

Maicih adalah salah perusahaan makanan ringan berupa keripik singkong pedas terbesar di Indonesia. Maicih awalnya memiliki slogan berbahasa Asing yaitu ‘*For Ichierswith Love*’. Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘Untuk Cinta *Ichierswith*.’ termasuk ke dalam kalimat sederhana. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur subjek (S) dan keterangan adjektiva (Ket. Adjektiva). Subjek terdapat pada kata ‘*Ichierswith*’ berperan sebagai nomina. Sedangkan, keterangan adjektiva terdapat pada kata ‘Cinta’ yang berperan sebagai keterangan sifat. Dan pada slogan ini diakhiri dengan tanda titik (.) pada akhir kalimat yang menandakan bahwa kalimat pada slogan ini termasuk jenis kalimat deklaratif.

## 5. Klenger Burger | Berslogan “100% Tulen”

Klenger Burger adalah restoran yang menyajikan burger sebagai menu utamanya yang dipadukan dengan daging sapi olahan, sayuran, saus, dan lain sebagainya. Klenger Burger memiliki slogan ‘100% Tulen’. Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘100% Tulen.’ termasuk ke dalam kalimat sederhana. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur subjek (S) dan keterangan adjektiva (Ket. Adjektiva). Subjek terdapat pada kata ‘Tulen’ berperan sebagai

nomina yang bermakna pelaku, tempat dan hasil olahan burger untuk dikonsumsi oleh konsumen. Sedangkan, keterangan adjektiva terdapat pada kata ‘100%’ yang berperan sebagai keterangan adjektiva yang menunjukkan tingkat kualitas dari makanan Klenger Burger. Slogan ini juga ditandai dengan terdapatnya tanda titik (.) di akhir kalimat dan kalimat pada slogan ini termasuk jenis kalimat deklaratif.

#### 6. Dapur Sunda | Berslogan “Restoran Indonesia Terbaik.”

Dapur sunda adalah salah satu restoran sunda tradisional andalan yang ada di ibukota. Makanan sunda di tempat ini hadir dengan kombinasi cita rasa gurih, pedas, asam, dan manis di berbagai menu. Bahan-bahan yang dimanfaatkan juga menggunakan bahan dengan kualitas tinggi yang diolah secara tradisional. Dapur sunda awalnya memiliki slogan berbahasa Asing yaitu ‘*The Best Indonesian Restaurant*’ yang memiliki makna bahwa restoran Dapur Sunda adalah restoran masakan sunda terbaik yang berada di Indonesia.

Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘Restoran Indonesia Terbaik’ termasuk ke dalam kalimat luas. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur subjek (S) dan objek (O). Subjek terdapat pada kata ‘*Restoran Indonesia*’ berperan sebagai nomina yang bermakna asal kebudayaan masakan yang berasal dari kuliner Indonesia. Sedangkan, keterangan adjektiva terdapat pada kata ‘Terbaik’ yang berperan sebagai nomina yang bermakna restoran Dapur Sunda merupakan tempat makan terbaik. Slogan ini termasuk jenis kalimat deklaratif karena pada slogan slogan ini juga diakhiri dengan tanda titik (.) pada akhir kalimatnya.

#### 7. Bakso Malang | Berslogan “Rajanya Rasa”

Bakso Malang adalah hidangan bakso yang terdiri dari daging bakso yang dibentuk bundar kecil, siomay, mie putih, kulit pangsit yang digoreng dan tahu yang digoreng. Bakso Malang memiliki slogan ‘Rajanya Rasa’. Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘Rajanya Rasa’ termasuk ke dalam kalimat sederhana. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur Subjek (S) dan Predikat (P). Subjek terdapat pada kata ‘*Rajanya*’ berperan sebagai nomina yang bermakna pelaku, tempat dan hasil olahan daging dan aneka pelengkap yang terdapat pada satu mangkuk untuk dikonsumsi oleh konsumen. Sedangkan, Predikat terdapat pada kata ‘Rasa’ yang berperan sebagai nomina yang menunjukkan tingkat kualitas dari Bakso Malang. Pada slogan ini juga terdapat tanda titik (.) yang terletak di akhir kalimat yang menandakan sebagai jenis kalimat deklaratif.

#### 8. Ayam Bakar Mas Mono | Berslogan “Enak Dimakan & Perlu!”

Ayam Bakar Mas Mono adalah salah satu kuliner Indonesia yang berkelas menu ayam bakar yang dirintis sejak tahun 1994. Ayam Bakar Mas Mono memiliki slogan ‘Enak Dimakan & Perlu’ yang bermakna bahwa ayam bakar ini perlu dicicipi untuk pecinta ayam karena rasanya yang sangat enak di makan. Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘Enak Dimakan & Perlu!’ termasuk ke dalam kalimat sederhana. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur subjek (S) dan keterangan adjektiva. Subjek terdapat pada kata ‘enak dimakan’ berperan sebagai nomina yang bermakna olahan daging ayam yang berkualitas dan memiliki ciri khas tersendiri untuk dikonsumsi. Sedangkan, keterangan adjektiva terdapat pada kata ‘perlu’ yang berperan sebagai keterangan adjektiva yang menunjukkan adanya penegasan untuk dicicipi oleh masyarakat. Tentunya slogan tersebut sangat kreatif dalam pemilihan kata. Berbeda dengan slogan-slogan sebelumnya yang diakhiri dengan tanda titik, pada slogan ini diakhiri dengan tanda seru (!) pada akhir kalimatnya yang

menandakan bahwa kalimat pada slogan ini merupakan jenis kalimat imperatif.

## 9. Bebek Kaleyo | Berslogan “Empuk, Lezat dengan Sambal Dahsyat!”

Bebek Kaleyo adalah restoran yang menyajikan menu utama masakan daging bebek. Bebek dari restoran inidiracik dengan bumbu jawa yang unik yakni manis gurih, sehingga membuat rasa sedikit manis dan gurih saat mengunyah daging bebek yang empuk. Bebek kaleyo memiliki slogan ‘Empuk, Lezat dengan Sambal Dahsyat’ bermakna bahwa bebek kaleyo merupakan bebek goreng goreng yang empuk, memiliki rasa ciri khas tersendiri dan lezat dengan sambal dahsyatnya. Menu andalan Bebek Kaleyo seperti bebek goreng, bebek bakar, bebek cabe ijo yang dipadukan dengan nasi uduk khas kaleyo, serta sate ati-ampela. Selain menu daging bebek, tersedia juga ayam kampung sebagai alternatif pilihan menu untuk konsumen yang tidak suka daging bebek.

Dalam kalimat konstruksi sintaksis, slogan ‘Empuk, Lezat dengan Sambal Dahsyat!’ termasuk ke dalam kalimat sederhana. Dalam peran kalimat, Slogan tersebut mengandung unsur subjek (S) dan predikat (P). Subjek terdapat pada kata ‘Empuk, Lezat’ berperan sebagai ajektiva yang bermakna hasil olahan daging bebek sangat enak dan lunak hingga tulangnya untuk dikonsumsi oleh konsumen. Sedangkan, Predikat terdapat pada kata ‘dengan Sambal Dahsyat!’ yang berperan sebagai nomina yang menunjukkan tingkat kualitas olahan sambal dengan cita rasa amat sangat enak. Dan slogan ini juga termasuk jenis kalimat imperatif karena diakhiri dengan tanda seru (!) pada akhir kalimatnya.

### *d. Wacana*

Dari keseluruhan slogan yang terdata pada tabel di atas, ada 3 slogan yang tergolong sebagai Wacana, yaitu slogan Big Burger, sloganQueen Chicken, slogan KFC ZuperKrunch.

1. Big Burger | Kapan pun dan di mana pun, selalu Big Burger Pilihannya. Anda pesan, Kami antar!! Nikmati Paket Burger Super Hanya Rp. 30.000; (Pemesanan 021-254896).

Dalam wacana konstruksi sintaksis, Big Burger memiliki slogan “Kapan pun dan dimana pun, selalu Big Burger Pilihannya. Anda pesan, Kami antar!! Nikmati Paket Burger Super Hanya Rp. 30.000; (Pemesanan 021-254896)”. Slogan tersebut sudah memenuhi unsur-unsur wacana seperti dibangun atas beberapa kalimat, antarkalimat saling berkesinambungan, sesuai kaidah bahasa Indonesia yang berlaku, dan mengandung informasi yang jelas.

2. Queen Chicken | kini lebih spesial dengan kenikmatan blackpaper. kepedasan khas balado, dan kelembutan cheese. Dapatkan kingschicken spesial mulai 25.000 an. Hanya di KNCF (hanya tersedia di pulau jawa).

Dalam wacana konstruksi sintaksis, Queen Chicken memiliki slogan “kini lebih spesial dengan kenikmatan blackpaper. kepedasan khas balado, dan kelembutan cheese. Dapatkan kingschicken spesial mulai 25.000 an. Hanya di KNCF (hanya tersedia di pulau jawa)”. Slogan tersebut sudah memenuhi unsur-unsur wacana seperti dibangun atas beberapa kalimat, antar kalimat saling berkesinambungan, sesuai kaidah bahasa Indonesia yang berlaku meskipun terdapat istilah bahasa Asing, dan mengandung informasi yang jelas.

3. KFC Zuper Krunch| Ini baru burger yang beda, renyahnya dahsyat, dengan patty daging ayam utuh, dipadu mayonaise, zuper saus, keju cheedar, freshlettuce KFC Zuper Krunch nikmat tiap gigitan, sensasional, baru, KFC ZuperKrunch. Mulai 20.000an.

Dalam wacana konstruksi sintaksis, KFC Zuper Krunch memiliki slogan “Ini baru burger yang beda, renyahnya dahsyat, dengan patty daging ayam utuh, dipadu mayonaise, zuper saus, keju cheedar, fresh lettuce KFC Zuper Krunch nikmat tiap gigitan, sensasional, baru, KFC ZuperKrunch. Mulai 20.000an”. Slogan tersebut sudah memenuhi unsur-unsur wacana seperti dibangun atas beberapa kalimat, antar kalimat saling berkesinambungan, sesuai kaidah bahasa Indonesia yang berlaku meskipun terdapat istilah bahasa Asing, dan mengandung informasi yang jelas.

#### KESIMPULAN DAN ATAU SARAN

Konstruksi adalah proses pengaturan kata maupun kelompok kata menjadi satu kesatuan yang memiliki makna. Dalam sintaksis konstruksi itu sendiri merupakan pengelompokan satuan bahasa yang menyesuaikan kaidah atau aturan sintaksis suatu bahasa. Konstruksi sintaksis tersusun atas beberapa alat yang disebut sebagai alat sintaksis. Satuan bahasa atau cara yang dimanfaatkan untuk mendirikan konstruksi sintaksis, yaitu: frase, klausa, kalimat, dan wacana. Pada konstruksi sintaksis, terdapat 2 slogan yang tergolong sebagai frase, yaitu slogan KFC, dan slogan Warung *Steak and Shake*. Terdapat 3 slogan yang tergolong sebagai Wacana, yaitu slogan Big Burger, slogan Queen Chicken, slogan KFC ZuperKrunch. Terdapat 12 slogan yang tergolong sebagai klausa, yaitu slogan Indomie, slogan McDonald’ s, slogan Burger King, slogan Garuda Food Nasi Instan, slogan Tacose Resto, slogan Solaria, slogan Mbah Jingkrak, slogan Bebek Bengil, slogan Laperpool, slogan Abuba, slogan Holycow! dan slogan BamBoo. Terdapat 8 slogan yang merupakan terjemahan istilah bahasa Asing, 3 slogan yang menggunakan istilah bahasa Indonesia, dan 1 slogan yang menggunakan istilah bahasa Asing dan bahasa Indonesia. Terdapat 9 slogan yang tergolong sebagai kalimat, yaitu slogan Bakso Sapi Buntut “Permata” Gie, slogan Chicken.id, slogan Lau’ sKopitiam, slogan Maicih, slogan Klenger Burger, slogan Dapur Sunda, slogan Bakso Malang, slogan Ayam Bakar Mas Mono, dan slogan Bebek Kaleyo. Dari slogan tersebut, terdapat 4 slogan terjemahan dari bahasa Asing dan 5 slogan berbahasa Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Junaiyah. (2008). Sintaksis. In *sintaksis* (p. 1). PT Grasindo.
- Bahtiar, A., Hudaa, S., & Nuryani. (2019). Khazanah Bahasa Indonesia. In *Khazanah Bahasa Indonesia* (1st ed., p. 1). IN Media.
- Dewi, W. W. R. (2009). *bahasa indonesia terapan*. Intan Pariwara.
- Fillat, M. T. (2018). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における*

- 
- 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. martaulina, sinta diana. (2018). *bahasa indonesia terapan* (joperson hutahaeen (ed.); 1st ed.). deepublish.
- Mayasari, R., Sapri, J., & Turdja' i. (2019). Pengembangan Bahan Ajar Bahasa Jerman Berbasis Komik untuk Meningkatkan Kosakata dan Keterampilan Berbicara. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 8(1), 88 - 98.
- Khazanah Bahasa Indonesia. In *Khazanah Bahasa Indonesia* (1st ed., p. 1). IN Media.
- Dewi, W. W. R. (2009). *bahasa indonesia terapan*. Intan Pariwara.
- Prihatini, A. (2015). *Master Bahasa Indonesia* (N. Pritameina (ed.); 1st ed.). B First.
- Ramadani, Ika Suci. (2020). *Analisis Makna Gaya Bahasa Dalam Slogan Makanan Ringan Di Televisi* [Universitas Muhammadiyah Surabaya].  
[http://repositori.umsu.ac.id/bitstream/123456789/5146/1/SKRIPSI\\_IKA.pdf](http://repositori.umsu.ac.id/bitstream/123456789/5146/1/SKRIPSI_IKA.pdf)
- Sakee, U. (2014). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Tetrahedron Letters*, 55, 3909.
- Santhi, M. S. (2018). *Sintaksis Belajar Tata Bahasa Indonesia* (anton supayanta (ed.)). Pakar Raya Pakarnya Pustaka.
- santoso, joko. (2010). *Kedudukan dan Ruang Lingkup Sintaksis*. UT Press.
- Sudaryanto. (1992). *Metode Linguistik: ke Arah Memahami Metode Linguistik*. Gadjah Mada University Press.
- Suardi. (2013). *Dasar-Dasar Ilmu Sintaksis Bahasa Indonesia* (R. K. Ratri (ed.)). Ar-Ruzz Media.
- suardi. (2013). *Pengantar Linguistik Umum* (rose kusumaning ratri (ed.)). Ar-Ruzz Media.
- Yendra. (2018). *Mengenal Ilmu Bahasa (Linguistik)* (1st ed.). deepublish.