

ABSTRAK

Bahasa Inggris merupakan bahasa asing yang diresmikan sebagai bahasa Internasional. Di Negara seperti Singapura dan Australia bahasa Inggris digunakan sebagai bahasa untuk berkomunikasi sehari-hari. Penggunaan bahasa Inggris telah mempengaruhi aspek pendidikan, khususnya terhadap slogan universitas yang digunakan sebagai identitas diri. Dibalik slogan ini terdapat kekuatan-kekuatan dari hegemoni bahasa Inggris yang dapat diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah, mendeskripsikan aspek linguistik yang digunakan dalam merepresentasikan slogan Universitas, hubungan antara pembuat teks slogan dan aspek linguistik yang dihasilkan dan situasi sosial dan budaya yang melatarbelakangi aspek linguistik yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough yang meliputi ketiga analisis di atas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek linguistik yang berupa diksi dan bentuk kata dalam slogan Universitas Telkom dan Universitas Komputer Indonesia adalah bagian dari bentuk pencitraan positif. Slogan Universitas Telkom dan Universitas Komputer Indonesia disesuaikan dengan visi, misi, dan tujuan dari universitas. Slogan ini berkaitan dengan ideologi kapitalisme yang dianut oleh Universitas Telkom dan Universitas Komputer Indonesia, sehingga menunjukkan penggunaan bahasa Inggris dalam slogan merupakan pengaruh dari globalisasi dan westernisasi.

Kata Kunci: Universitas Telkom, Universitas Komputer Indonesia, Slogan, Analisis Wacana Kritis Fairclough, Kapitalisme