ARTIKEL

KAJIAN SEMIOTIK PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM) DI KEDIRI

SEMIOTIC REVIEW ON PUBLIC SERVICE ADS (ILM) IN KEDIRI

Oleh:

Dewi Masrikah

12.1.01.07.0016

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Subardi Agan, M.Pd**
2. **Drs. Sempu Dwi Sasongko, M.Pd**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN .....2017....

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Dewi Masrikah
NPM	: 12.1.01.07.0016
Telepun/HP	: 087759404899
Alamat Surel (Email)	: dewimasrikahq@yahoo.com
Judul Artikel	: KAJIAN SEMIOTIK PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM) DI KEDIRI.
Fakultas – Program Studi	: FKIP- Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Nama Perguruan Tinggi	: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	: JL. K.H ACHMAD DAHLAN NO: 76 KOTA KEDIRI

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti untuk diterbitkan dan disetujui oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri,..7..Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Subardi Agan, M.Pd	Drs. Sempu Dwi Sasongko, M.Pd	Dewi Masrikah
NIDN: 0703046001	NIDN: 0708026001	NPM: 12.1.01.07.0016

KAJIAN SEMIOTIK PADA IKLAN LAYANAN MASYRAKAT (ILM) DI KEDIRI

Dewi Masrikah
12.1.01.07.0016
FKIP- Pendidkan Bahasa dan Sastra Indonesia
dewimasrikahq@yahoo.com
Dr. Subardi Agan, M.Pd dan Drs. Sempu Dwi Sasongko, M.Pd
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membuat keberadaan iklan sebagai sarana dalam mempromosikan barang dan jasa menjadi sangat diperhitungkan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin beragamnya tampilan iklan yang terdapat pada media, baik media elektronik maupun media cetak, yang dibuat dengan bentuk dan tampilan yang sangat kreatif, atraktif, dan tentunya persuasif. Dalam iklan, bahasa tidak hanya ditempatkan sebagai alat penyampai pesan dalam bentuk sederhana, tetapi telah diberdayakan untuk menyampaikan pesan yang efektif untuk membangkitkan emosi khalayak sasaran dalam membuat keputusan dan memilih kebutuhan konsumsi mereka. Bahasa dalam kondisi yang demikian telah ditempatkan sebagai unsur yang menentukan sebagai akibat perkembangan referen iklan, khalayak sasaran, dan persaingan pasar yang semakin ketat sehingga masing-masing pelaku pasar berusaha untuk menguasai segmen pasar dengan berbagai strategi komersialnya.

Penelitian ini memiliki tujuan (1) secara umum penelitian ini untuk mengkaji serta mendokumentasikan penggunaan bahasa dalam iklan layanan masyarakat, (2) tujuan khusus yaitu (a) mendeskripsikan struktur mikro teks verbal yang terdapat pada iklan layanan masyarakat (ILM) di kota Kediri yang merupakan data dari penelitian ini serta, (b) mendeskripsikan makna tada verbal dan nonverbal yang terkandung dalam teks iklan layanan masyarakat (ILM) di kota Kediri.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian ada dua yaitu pendekatan materi dan pendekatan metodologi, pendekatan materi dalam penelitian ini yaitu pendekatan materi semiotik dan pendekatan metodologi yang digunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang dilakukan semata-mata hanya berdasarkan fakta yang ada. Fakta itu berupa iklan layanan masyarakat yang berada di kota Kediri di analisis guna untuk mendapatkan data penggunaan tanda pada iklan layanan masyarakat tersebut. Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif-interpretatif. Data kualitatif yang lebih merupakan wujud kata-kata daripada deretan angka-angka senantiasa menjadi bahan utama bagi ilmu-ilmu sosial tertentu, terutama dalam bidang antropologi, sejarah, kebahasaan, dan ilmu politik.

Hasil dari penelitian kajian semiotik iklan layanan masyarakat di kota Kediri meliputi (1) Struktur teks verbal yang terdapat pada iklan layanan masyarakat yang dianalisis melalui analisis struktur mikro yang diperoleh dalam teks verbal iklan layanan masyarakat. Berdasarkan unsur sintaksisnya yang meliputi bentuk kalimat dan kohesi gramatikal dan leksikal, pada teks verbal iklan layanan masyarakat bentuk kalimat umumnya berupa kalimat aktif yang meliputi kalimat imperatif aktif, interogatif aktif, dan deklaratif aktif. Kohesi gramatikal meliputi beberapa proses yang terjadi pada teks verbal yaitu proses pelesapan dan proses perangkaian, (2) Makna yang terkandung pada masing-masing iklan layanan masyarakat di kota Kediri tidaklah sama. Hal ini bergantung pada tampilan iklan yang terdiri atas penanda verbal dan penanda nonverbal. Kedua penanda tersebut saling mendukung satu sama lain dalam memberi makna pada iklan layanan masyarakat dan ideologi yang merupakan ide atau pokok pikiran dari sebuah iklan, umumnya disesuaikan dengan visi dan misi dari pihak produsen iklan.

KATA KUNCI :Semiotik, iklan layanan masyarakat.

I. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membuat keberadaan iklan sebagai sarana dalam mempromosikan barang dan jasa menjadi sangat diperhitungkan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin beragamnya tampilan iklan yang terdapat pada media, baik media elektronik maupun media cetak, yang dibuat dengan bentuk dan tampilan yang sangat kreatif, atraktif, dan tentunya persuasif.

Dalam iklan, bahasa tidak hanya ditempatkan sebagai alat penyampai pesan dalam bentuk sederhana, tetapi telah diberdayakan untuk menyampaikan pesan yang efektif untuk membangkitkan emosi khalayak sasaran dalam membuat keputusan dan memilih kebutuhan konsumsi mereka. Bahasa dalam kondisi yang demikian telah ditempatkan sebagai unsur yang menentukan sebagai akibat perkembangan referen iklan, khalayak sasaran, dan persaingan pasar yang semakin ketat sehingga masing-masing pelaku pasar berusaha untuk menguasai segmen pasar dengan berbagai strategi komersialnya.

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan tantangan dan kemudahan untuk menghasilkan iklan-iklan yang lebih kreatif,inovatif, atraktif, dan tentunya persuasif. Dengan bahasa yang persuasif salah satu tujuan wacana iklan diharapkan dapat tercapai, yaitu membujuk dan mengajak masyarakat untuk melakukan sesuatu (memiliki, membeli, melakukan, dan sebagainya). Persuasif adalah tujuan utama dari pembuat iklan untuk menstimulus keinginan (membeli, memiliki, melakukan) dari masyarakat. Kepersuasifan tersebut sangat menonjol dalam iklan komersial karena iklan komersial bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa materi. Dalam hal ini, pembuat iklan tidak sedikit menggunakan unsur verbal dan nonverbal yang kurang sesuai dengan kaidah-kaidah linguistik. Sesungguhnya, ada maksud-maksud tertentu di balik semua itu yang ingin disampaikan oleh produsen dan pembuat iklan.

Pada dasarnya, periklanan dibagi menjadi dua. Pertama, iklan komersial dan yang kedua adalah iklan nonkomersial atau biasa disebut dengan istilah Iklan Layanan Masyarakat (ILM). ILM tidak seperti iklan barang dan jasa yang bersifat komersial, melainkan lebih menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Suatu ILM biasanya diproduksi

oleh pemerintah atau suatu organisasi untuk memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada masyarakat misalnya di bidang kesehatan. Pemerintah yang merupakan produsen iklan tersebut berusaha memberikan informasi mengenai kesehatan serta mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam mewujudkan masyarakat yang sehat jasmani dan rohani. Wacana iklan, baik komersial maupun nonkomersial merupakan objek kajian yang menarik karena melibatkan unsur-unsur bahasa di dalamnya, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal, yang tentunya dapat dikaji dengan menggunakan teori linguistik. Khusus dalam penelitian ini, iklan yang dipilih adalah Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Kehadiran ILM dimaksudkan sebagai citra tandingan terhadap keberadaan iklan komersial. Karena selama ini iklan komersial sering dituduh menggalakkan konsumerisme. Iklan komersial merangsang konsumen untuk berkonsumsi tinggi, dan menyuburkan sifat boros. Sebagai sebuah citra tandingan, ILM pada dasarnya merupakan alat untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Media semacam ini sering dimanfaatkan oleh pemerintah untuk menyebarluaskan program-programnya. Misalnya ILM yang dibuat untuk menyukseskan program imunisasi nasional,pemberantasan nyamuk demam berdarah, virus flu burung, menjaga lingkungan hidup, membuang sampah pada tempatnya, budaya mencuci tangan, penyalahgunaan narkoba, dan sebagainya. Jika dilihat dari wujudnya, ILM mengandung tanda-tanda komunikatif. Lewat tanda-tanda komunikasi itulah pesan tersebut menjadi bermakna.

Di Kabupaten Kediri ILM (Iklan Layanan Masyarakat) yang ada perlu di kajian apakah dalam penggunaan bahasa sudah memenuhi syarat dalam pengunaan bahasa baik pada tanda verbal maupun nonverbal.

Semiotika adalah studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Apabila studi tentang tanda ini berpusat pada penggolongannya, pada hubungannya dengan tanda-tanda lain, pada caranya bekerja sama dalam menjalankan fungsinya, itu adalah kerja dalam sintaks semiotik. (Panuti Sudjiman, 1992:5).

Berdasarkan paparan pada latar belakang di atas, penelitian ini berusaha mengkaji penggunaan bahasa pada ILM, baik pada tanda verbal maupun nonverbal.

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian merupakan rancangan penelitian yangmenggambarkan langkah-langkah yang harus ditempuh dan bagaimana cara mengolah sumber data yang akan diteliti. Dengan mengunakan pendekatan penelitian akan mempermudah seseorang dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik. Pendekatan semiotik adalah ilmu yang mempelajari tanda dalam kehidupan manusia. Artinya semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus kita beri makna. Tanda merupakan sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi, tanpa adanya tanda mustahil manusia dapat saling memahami satu sama lain. Tanda itu pun mempunyai bagian yang tidak bisa dipisahkan, yakni penanda (signifier) dan petanda (signified). Saussure menyatakan bahwa tanda adalah pertemuan antara bentuk (signifier) dan makna (signified) (Hoed 2011: l3). Dalam penelitian ini, pendekatan sermiotik digunakan untuk menjawab permasalahan pada iklan layanan masyarakat di Kediri.

Dengan demikian, penelitian yang bersifat kualitatif. Data kualitatif yang lebih merupakan wujud kata-kata daripada deretan angka-angka senantiasa menjadi bahan utama bagi ilmu-ilmu sosial tertentu, terutama dalam bidang antropologi, sejarah, kebahasaan, dan ilmu politik (Miles dan Huberman, 1992).

Penelitian Kajian Semiotik Iklan Layanan Masyarakat di Kediri ini mengunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan tidak menggunakan angka, melainkan menggunakan kedalaman penghayatan terhadap interaksi antar konsep yang sedang dikaji secara empiris (Sugiyono, 2013: 16).

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskripsi. Cirinya peneliti mencatat secara teliti semua fenomena kebahasaan yang senyatanya ada, meneliti, dan alamiah, sehingga hasilnya adalah varianbahasa yang mempunyai sifat pemaparan.

Penelitian ini memiliki karakteristik di antaranya setting penelitian bersifat alamiah karena penelitian dilakukan di jalan raya yang berada di kota Kediri dengan kondisi jalan raya yang sesuai dengan yang diinginkan peneliti. Data yang diperoleh bukan data angka, tetapi kata-kata atau deskripsi. Tujuan penelitian ini berupa deskriptif mengenai penggunaan bahasa pada iklan layanan masyarakat

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen utama adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa

jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. (Sugiyono, 2016: 305).

Instrumen berupa kartu data. Kartu data adalah sebuah kartu yang berisi data berupa kalimat pada iklan layanan masyarakat, yang dipergunakan peneliti untuk mempermudah mengklasifikasikan data sesuai jenisnya, yang diperoleh melalui teknik mendokumentasikan iklan layanan masyarakat di Kediri.

Tahapan penelitian ini adalah (1) tahap persiapan, meliputi penyusunan proposal penelitian. Peneliti mengajukan judul penelitian yang kemudian diusulkan dengan pembutan proposal penelitian. Adapun tujuan dari penyusunan proposal ini untuk membuat rencana penelitian secara global dari keseluruhan penelitian, sehingga penelitian dapat terkontrol. Selain itu untuk memberikan gambaran secara praktis tentang tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada pembaca dan peneliti lain. Penyusunan instrumen pendukung seperti kartu data untuk memudahkan pengklasifikasian data, (2) tahap pelaksanaan, meliputi pengkajian yang mendalam dan mengarah pada tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah pengumpulan data dari iklan layanan masyarakat di kota Kediri.

Penelitian terhadap "Tanda Pada Iklan Layanan Masyarakat" ini dilaksanakan diwilayah Kediri. Di kabupaten Kediri meliputi Kelurahan Pakelan kecamatan kota Kediri Jalan Brawijaya, Kelurahan Pocanan kecamatan kota Kediri Jalan Brawijaya, Kelurahan Semampir kecamatan kota Kediri Jalan Mayor Bismo no 4, desa Jabon kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri, kelurahan Sonobetekkecamatan Kota Kediri. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juni 2016-November 2016.

Penelitian yang berjudul kajian semiotik pada iklan layanan masyarakat di kota Kediri, maka data dalam penelitian ini berupa kalimat pada iklan layanan masyarakat.

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari berbagi sumber yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Mencari iklan yang ada tanda verbal dan non verbal pada iklan layanan masyarakat berupa iklan pajak, iklan bank sampah, iklan bnn, iklan satlantas, iklan bersih dan hijau, iklan rokok, iklan korupsi di kota Kediri;
b. Mendokumentasikan iklan layanan masyarakat di kota Kediri dengan

cara memfoto iklan layanan masyarakat;

c. Membaca iklan layanan masyarakat yang telah didokumentasikan tersebut untuk menganilisis data;
d. Mencatat data kedalam kartu data yang mengurutkan data ke dalam pola (gambar), kategori (jenis), dan satuan uraian dasar;
e. Mengklasifikasikan data sesuai dengan aspek yaitu kata-kata, kalimat dan gambar-gambar yang sudah ditranskripsi, diamati, dan dipilih berdasarkan pemilahan tertentu untuk diteliti;

Teknik analisis data penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis data yang meliputi:

1. Mencari data yang benar-benar sesuai dengan mendukung yaitu Posisiiklan,Letak iklan, dan dokumentasi Iklan.
2. Menganalisis iklan layanan masyarakat yang sudah diperoleh dari Kota Kediri berdasarkan struktur mikro pada teks verbal yang terdapat pada iklan layanan masyarakat (ILM) dan makna yang terdapat pada tanda verbal dan nonverbal pada iklan layanan masyarakat (ILM).
3. Menganalisis data yang telah didokumentasikan dengan dasar mengelompokan data pada tanda verbal dan non verbal serta membaca iklan yang telah di dokumentasikan dan mencatat data kedalam kartu data.
4. Menganalisis data sesuai dengan aspek yaitu kata-kata, kalimat dan gambar-gambar yang sudah ditranskripsi, diamati, dan dipilih berdasarkan pemilahan tertentu untuk diteliti.

Pengecekan keabsahan suatu data dilakukan dengan teknik pemeriksaan yang didasarkan atas kriterian tertentu. Dalam penelitian ini, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan menggunakan metode triangulasi. Menurut Moleong (2015:330), triangulasi adalah teknik pemeriksaaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.

Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya berupa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran yang valid dari berbagai sudut pandang. Berdasarkan fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang teruji. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi

yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin perbedaan yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.Denzin **(**dalam Moleong, 2015: 330**)** membedakan empat macam trianggulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Triangulasi dengan metode, terdapat dua strategi, yaitu: (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Triangulasi penyidik, triangulasi ini ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lain untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. HASIL

1. Struktur Mikro Iklan Layanan Masyarakat diKediri

Analisis struktur mikro merupakan analisis sebuah teks yang dapat diamati dari bagian kecil sebuah teks, yakni kata, kalimat, proposisi, dan parafrase. Struktur mikro terdiri dari empat unsur yaitu unsur semantik, unsur sintaksis, unsur stilistik, dan unsur retoris .

a. Unsur semantik

Unsur semantik dikategorikan makna yang ingin ditekankan dalam teks. Makna tersebut muncul dari kata, klausa, kalimat, dan paragraf, disamping itu juga hubungan antarkata, hubungan antarklausa, dan antarkalimat yang membangun satu kesatuan makna dalam satu kesatuan teks. Berikut datanya :

(SM/1/001)

"jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"

Dari data diatas terdapat makna yang ingin ditekankan adalah kalimat *jauhi narkobasekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug* merupakan larangan untuk mengunakan atau mengkonsumsi narkoba sekarang juga sebelum nyawamu hilang karena telah menggunakan narkoba.

b. Unsur sintaksis

Unsur sintaksis merupakan salah satu elemen bagaimana sebuah kalimat dilihat dari bentuk ataupun susunan yang dipilih, seperti pemilihan penggunaan kata, kata ganti, preposisi, konjungsi, dan pemilihan

bentuk kalimar seperti kalimat aktif atau pasif. Berikut datanya :

(SM/1/001)

a. *Jauhi narkobasekarang jugasebelum*
P O
merenggut nyawamu
K

b. *Say no to drug*
O

Pada kalimat *jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu* terdapat struktur P/0/K karena kata ”*jauhi narkoba”*merupakan bagian yang memberikan keterangan tentang sesuatu yang berdiri sendiri tentulah menyatakan apa yang dikerjakan dan kata “*sekarang juga”* merupakan objek yang kehadirannya dituntut oleh predikat karena bagian yang memberikan keterangan tentang sesuatu yang berupa verba transitif pada kalimat aktif. Kata “*sebelum merenggut nyawamu”* menjelaskan keterangan akibat dan fungsi sintaks yang paling beragam serta paling mudah berpindah letaknya. Keterangan dapat berada di akhir, awal bahkan ditengah kalimat.

Pada kalimat “*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu”*dan*”say no to drug”*terlihat proses pelepasan antara kalimat “*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu”* dan kalimat *“say no to drug”.* Pada kalimat“*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu”*ditandai dengan predikat dan objek serta kalimat ”s*ay no to drug”*yang ditandai dengan objek. Kedua kalimat ”*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug”* mengalami pelepasan karena sama dengan predikat dan objek pada klausa pertama dengan kalimat “*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu”*. Untuk menghindari terjadinya penggunaan unsur kalimat yang berlebihan (*redundancy*) maka ketika kedua klausa “*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug”* dirangkaikan dengan menambahkan konjungsi dan yang menunjukkan bahwa kedua kalimat “*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug*” memiliki hubungan setaraunsur-unsur yang sama dilesapkan. Sepertiyang diungkapkan oleh Halliday dan Hassan (1976), salah satu jenis kohesi gramatikal yaitu pelesapan (*ellipsis)* dengan cara melesapkan satuan lingual tertentu yang telah disebutkan sebelumnya.

c. Unsur stilistik

Unsur stilistik merupakan unsur pilihan kata yang dipakai dalam sebuah teks. Gaya bahasa sebuah teks bisa

menampilkan ragam bahasa melalui diksi atau pilihan kata, pilihan kalimat, majas, mantra, atau ciri kebahasaan yang lainnya. Berikut datanya :

(SM/1/001)

"jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"

Kalimat tersebut menggunakan majas alegori. Hal ini dapat dilihat dari penggambaran kejadian satu dengan kejadian yang lain yang saling tertaut dalam satu kesatuan utuh. Kata jauhi narkoba, sekarang juga, sebelum merenggut nyawamu merupakan kesatuan utuh yang menggambarkan larangan menggunkan narkoba karena dapat merengut nyawamu.

d. Unsur retoris

Unsur retorismerupakan satuelemen dengan cara penekanan sebuah topik dalam sebuah teks. Gaya penekanan ini berhubungan erat dengan bagaimana pesan sebuah teks disampaikan, yang meliputi gaya hiperbola, metafora, aliterasi, atau gaya yang lainnya. Berikut datanya :

(SM/1/001)

"jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"

Dari data diatas terdapat majas enumerasio hal ini dapat dilihat dari penggunaan kalimat yang digambarkan menjadi satu kesatuan sehingga setiap kejadian nampak jelas. majas enomerasia pada kalimat tersebut menggambarkan suatu peristiwa sebab ada beberapa peristiwa yang membentuk satu kesatuan, dilukiskan satu persatu sehingga setiap peristiwa tampak dengan jelas. Kalimat tersebut mendeskripsikan larangan mengunakan narkoba.

2. Makna Tanda Verbal dan Nonverbal pada Iklan Layanan Masyarakat di Kediri

Tahap selanjutnya dalam analisis iklan layanan masyarakat adalah analisis Makna tanda verbal dan nonverbal. Pada tahap ini analisis iklan dilakukan berdasarkan tatanan kontekstual. Analisis dibedakan menjadi tiga bagian meliputi atas : (1) analisis makna tuturan, (2) analisis makna tanda, dan (3) analisis ideologi iklan.

a. Makna Tuturan

(MTVN/02/001)

"jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"

Jika dilihat dari modus tuturannyadata di atas menggunakan modus imperatif dengan fungsi direktif. Seperti yang diungkapkan oleh Searle (1969), suatu tuturan dikatakan memiliki fungsi direktif ketika pembicara menginginkan suatu keadaan tertentu melalui tuturannya. Melalui hal ini, pada data di atas pembicara (produsen iklan) menginginkan suatu keadaan yang sehat

dengan tidak adanya kegiatan minuman keras. Berdasarkan modus dan fungsi yang digunakan pada tuturan"*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"*mengandung makna lokusi. Seperti yang diungkapkan oleh Austin (1962) suatu tuturan dikatakan memiliki makna lokusi ketika dalam mengutarakannyaarti dari tuturan "*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"* sama dengan maksud yang ingin disampaikan oleh pembicara dan produsen iklan ingin mengimbau kepada masyarakat mengenai gaya hidup sehat dengan jelas dan akurat.

b. Makna Tanda

(MTVN/02/001)

"jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"

Jika dilihat berdasarkan makna tanda yang terdapat pada data di atas secara denotatifpenanda verbal pada iklan adalah "*jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug*"merupakan petanda gaya hidup yang sehat adalah gaya hidup yang tanpa narkoba dan minuman keras yang dimaksud secara denotatif bermaknatingkah laku kita dalam kehidupan sehari-hari untuk menjauhi narkoba dan minuman keras agar sehat. Penggunaan penanda nonverbal larangan menggunakan narkoba merupakan petanda bahwa kehidupan yang mereka jalaniyang terlihat bahagiasebagai hasil dari menjalankan gaya hidup sehat sehingga mereka menghindari narkoba dan minuman keras. Keseluruhan penanda dan petanda yang dijelaskan di atas yang melahirkan makna denotasi merupakan E1(*exspression)* yaitu penanda pada sistem primer dan C1 (*content*) yang merupakan petanda pada sistem primer pada sistem tanda Barthes (1977). Pada tataran konotasiE1 dan C1 yang terdapat pada pemaparan makna di atas dikembangkan menjadi E2 yaitu penanda konotasi sehingga menghasilkan C2 (petanda konotasi) pada sistem sekunder yaitu makna konotasinya.Secara konotatif, penanda verbal yang terdapat pada data *"jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"* yaituanjuran pemerintah sebagai produsen iklan agar masyarakat menentukan tingkah laku yang baik tanpa menggunakan narkoba.

c. Ideologi

Seperti telah diketehui bersama bahwa ideologi sebuah iklan merupakan faham atau ide pokok yang melatarbelakangi terciptanya sebuah iklan. Dalam skema teori Barthes (1977), ideologi merupakan tahapan analisis tertinggi.

(MTVN/02/001)

"jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"

Pada data di atas ideologi diperoleh dari perkembangan makna konotasi yang terdapat pada iklan. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa secara konotasi data *"jauhi narkoba sekarang juga sebelum merenggut nyawamu dan say no to drug"* berarti upaya pemerintah dalammengimbau seluruh masyarakat agar berperan aktif dalam mewujudkan gaya hidup yang sehat dengan tanpa narkoba. Sehingga berdasarkan pemahaman tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa ideologi yang terkandung dalam iklan tersebut adalah ideologi himbauan pemerintah kepada masyarakat untuk selalu hidup sehat. Hidup sehat dapat dilakukan dengan sangat mudah dan oleh seluruh lapisan masyarakat.Dengan hidup yangsehat bahwa masyarakat lebih baik menjauhi narkoba.

B. KESIMPULAN

Berdasarkan pada analisis semiotik iklan layanan masyarakat di Kediri,dapat disimpulkan sebagai berikut.

Struktur mikro teks verbal yang terdapat pada iklan layanan masyarakat melalui analisis dapat diperoleh secara gramatikal dibuat singkat, padat, dan jelas. Tampilan teks verbal juga dibuat bervariasi dengan huruf yang mudah terbaca dan dengan bentuk yang menarik dengan pemanfaatan kaidah grafika yang membuat teks verbal pada iklan layanan masyarakat semakin bermakna. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat lebih mudah dalam membacanya karena kalimat yang dibuat tidak terlalu panjang, mengingat semua iklan layanan masyarakat tersebut dibuat dalam bentuk iklan billboard, yang dilihat oleh masyarakat dengan jarak jauh dan secara sepintas.

Makna yang terdapat pada iklan layanan masyarakatbergantung pada fungsi dan modus yang digunakan. Tuturan dengan fungsi direktif dan modus imperatif memuat makna lokusi di dalamnya, sedangkan tuturan dengan fungsi representatif dan modus deklaratif atau interogatif memuat makna ilokusi. Pada dasarnya seluruh tuturan yang terdapat pada iklan layanan masyarakatbermaksud untuk menghimbau masyarakat, sehingga ketika tuturan tersebut memiliki fungsi direktif dengan modus imperatif, maka makna yang terkandung adalah makna lokusi, sedangkan ketika memiliki fungsi representatif dengan modus deklaratif atau interogatif, maka makna yang terkandung adalah makna ilokusi. Dikatakan demikian mengingat sesungguhnya tujuan produsen iklan bukan hanya sekadar memberikan informasi, melainkan mempersuasi masyarakat agar mempercayai apa yang dituturkan oleh produsen iklan dan ikut

melaksanakannya karena semua informasi yang diberikan bersifat positif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat implikasi yang dapat dilakukan untuk menunjang pemahaman, khususnya dalam membuatiklan layanan masyarakat di Kediri raya. Melalui implikasi dari penelitian yang telah dilakukan akan membuat iklan layanan masyarakat menjadi lebih baik. Hal ini dapat diuraikan menjadi implikasi teoretis dan implikasi praktis.

Secara teoretis penelitian ini dapat mengembangkan penggunaan model analisis makna berlapis serta memberikan sumbangan pemikiran, tambahan informasi, bahan rujukan tentang kajian semiotik, dan memotivasi untuk dilakukannya penelitian-penelitian lanjutan yang sejenis.

Secara praktis berupa hasil penelitian yang diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pembuat teks atas pemanfaatan unsur verbal dan nonverbal serta pemahaman pembaca dalam mengartikan tanda verbal dan nonverbal yang terdapat pada ILM.

Berdasarkan simpulan tersebut, maka dapat disajikan beberapa saran peneliti memberikan saran sebagai brikut.

1. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk melatih peneliti mengenai pemahaman dan menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari;
2. Bagi progran Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, diharapkan hasil peneliti dapat memberikan sumbangan referensi tambahan terhadap pemahaman kajian semiotik iklan layanan masyarakat kota Kediri. Selain itu dapat digunakan sebagai dorongan mahasiswa untuk pengembangan peneliti terkait kajian semiotik iklan layanan masyarakat di kota Kediri dengan sudut penelitian yang berbeda.
3. Bagi pembelajaran di sekolah terutama di Sekolah Menengah Atas (SMA), penelitian ini dapat dijadikan contoh dalam pembelajaran mengenai semiotik khususnya pada bentuk kalimat dan makna kalimat yang ada pada iklan layanan masyarakat.
4. Bagi masyarakat kota Kediri, penelitian ini diharapkan mampu memberikan motivasi bagi semua kalangan baik orang tua, remaja, dan dewasa.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunta, Suharsimi. 2010. *Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Bambang, Riyanto. 2000. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.

Barther, Roland. 2012. *Elemen-elemen Semiologi*. Jogjakarta: Ircisod.

Beny H. Hoed, 2011. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Cetakan pertama, Beji Timur, Depok.

Brown, Gillian dan George Yule. 1996. *Analisis Wacana*. (terjemahan). Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.

Eco, Umberto. 2015. *Teori Semiotika (Signifikasi Komunikasi,Teori Kode, serta Teori Produksi Tanda)*. Bantul: Kreasi Wacana.

Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta:Percetakan Lkis.

Kasali, Rheland 1995. *Manajemen Periklanan: Kosep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafitti.

KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). 1998, Jakarta: Balai Pustaka

Mahsun. 2011. *Metode Penelitian Bahasa Tahapan Strategi, Metode danTekniknya.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Miles,Mathew B, dan Hurberman, A Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. (Tjetjep Rohendi Rahan, Pentj). Jakarta: UI

Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja RosdaKarya.

Putrayasa, Ida Bagus. 2008. *Analisis Kalimat*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Sudaryanto. 1998. *Metode Linguistik: Metode dan Aneka Teknik Pengumpulan Data.* Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Sudjiman, Panuti.1992. *Serba-serbi Semiotika*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.Bandung: Alfabeta.

Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media*. Cetakan kelima. Bandung: PT.RemajaRosdakarya.

Yule, George. 1996. *Pragmatics.* Oxford Oxford University Press.

Zoest, Aart van. 1993. *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang Kita Lakukan Dengannya*. Jakarta: Yayasan Sumber Agung.