



ANALISIS STRUKTUR KEBAHASAAN TEKS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Bram Suryantoro

bramdanesya@gmail.com

Farmasi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Bangsa

Abstrak

Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu iklan yang bersifat non komersil. Iklan layanan masyarakat ditujukan untuk kepentingan sosial. Agar pembuatan iklan layanan masyarakat harus memperhatikan penggunaan bahasa yang menarik agar masyarakat dapat memahami isi dan maksud dari iklan layanan masyarakat tersebut. Analisis struktur kebahasaan teks iklan layanan masyarakat ini yaitu menganalisis struktur kebahasaan teks iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh 27 (dua puluh tujuh) mahasiswa. Penyajian data hasil analisis yaitu secara deskriptif. Menggambarkan hasil analisis struktur kebahasaan teks iklan layanan masyarakat berdasarkan ciri-ciri menggunakan slogan, menggunakan kalimat persuasif, dan menggunakan sudut pandang. Hasil dari analisis struktur kebahasaan teks iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh 27 (dua puluh tujuh) mahasiswa terdapat slogan, kalimat persuasif sedangkan penggunaan sudut pandang hanya ada 14 (empat belas) teks iklan layanan masyarakat.

Kata kunci: kebahasaan, teks, iklan layanan masyarakat

Abstract

Public service advertisements are non-commercial advertisements. Public service advertisements are intended for social purposes. In order to make public service advertisements, attention must be paid to the use of attractive language so that people can understand the content and intent of the public service advertisements. Analysis of the linguistic structure of the public service advertisements text is to analyze the linguistic structure of the text of the public service advertisement made by 27 (twenty seven) students. Presentation of the results of the analysis of data that is descriptive. Describe the results of the analysis of the language structure of public service advertisements text based on the characteristics of using slogans, using persuasive sentences, and using points of view. The results of the analysis of the linguistic structure of the text of the public service advertisements made by 27 (twenty seven) students contained slogans, as well as persuasive sentences, while the use of paint of view was only 14 (fourteen) texts of the public service advertisement.

Keywords: language, text, public service advertisement

Pendahuluan

Iklan adalah teks yang mendorong dan membujuk khalayak agar tertarik pada pesan yang disampaikan (Kosasih, 2018; 86). Iklan berisi ajakan dan bujukan. Penggunaan bahasa dalam iklan harus bisa mempengaruhi orang lain yang membaca iklan tersebut.

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menawarkan sejumlah program yang penting diikuti masyarakat dan hasilnya bermanfaat untuk kepentingan umum (Kosasih, 2020; 105).

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bersifat non komersil. Iklan layanan masyarakat ini ditujukan kepada masyarakat dimana pada iklan layanan masyarakat ini terdapat pesan-pesan sosial yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat. Iklan layanan masyarakat ini bisa berisikan ajakan, himbauan, ataupun larangan.

Seperti yang disampaikan oleh Pujiyanto (2013; 8) bahwa iklan layanan masyarakat ini digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak agar munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap, dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan. Lebih lanjut Pujiyanto menegaskan bahwa iklan layanan masyarakat merupakan ajakan atau himbauan agar masyarakat melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum melalui perubahan kebiasaan atau perilaku masyarakat yang tidak/kurang baik menjadi yang lebih baik.

Menurut Wydiatama (Mukaromah, dkk., 2017; 222) tujuan dari iklan layanan masyarakat adalah untuk mendapatkan citra baik atas lembaga yang memasang iklan dari masyarakat atau stakeholders yang mendengarnya.

Pembuatan teks iklan layanan masyarakat tentunya termuat struktur kebahasaan yang dibuat oleh pembuatnya. Teks iklan sendiri memiliki arti suatu media komunikasi yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi kepada target khalayak dengan tujuan untuk mempengaruhi, mempromosikan, mengingatkan, menginformasikan, melarang, membujuk, dan merayu target khalayak (Setyawati, 2018).

Dalam iklan layanan masyarakat, penggunaan bahasa menjadi aspek penting berhasil tidaknya iklan yang dibuat. Selain itu penggunaan bahasa menjadi unsur penting dalam menentukan sampai tidaknya iklan diterima oleh pembaca atau khalayak. Bahasa merupakan sarana komunikasi dari si pembuat pesan kepada penerima pesan. Fungsi bahasa sendiri yaitu sebagai sarana komunikasi dan interaksi.

Agar iklan layanan masyarakat itu dapat menarik khalayak maka penggunaan bahasa dalam iklan perlu diperhatikan. Fungsi dari bahasa ialah sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan (Normalita dan Hasanah, 2020; 90). Menurut Kariska, dkk (2019; 111) keberhasilan sebuah iklan bergantung pada ketepatan penggunaan bahasa yang digunakan. Kemenarikan dan kekomunikatifan bahasa menjadi tuntutan sebuah iklan.

Dalam analisis struktur kebahasaan teks iklan layanan masyarakat sebanyak 27 teks iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh mahasiswa penulis akan menganalisis berdasarkan ciri-ciri kebahasaan teks iklan yang disampaikan Salamadian (2017) sebagai berikut;

1. Menggunakan slogan
2. Kalimat persuasif
3. Menggunakan sudut pandang

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang (Noor, 2015; 34). Teknik pengumpulan data merupakan

langkah yang paing strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (sugiyono, 2016; 224)

Penelitian ini menganalisis struktur kebahasaan dari 27 teks iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh 27 mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Bangsa. Penyajian data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode menyimak 27 teks iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh 27 mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Bangsa. Kemudian mendeskripsikan struktur kebahasaan yang ada pada 27 teks iklan layanan masyarakat tersebut.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Hasil penelitian disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Analisis Ciri-ciri Kebahasaan Teks Iklan

No	Ciri-ciri Kebahasaan Teks Iklan	Jumlah Iklan	Keterangan
1.	Menggunakan Slogan	27	
2.	Kalimat Persuasif	27	
3.	Menggunakan Sudut Pandang		
	a. Sudut pandang orang pertama	11	Menggunakan kata <i>Anda</i>
	b. Sudut pandang orang kedua	3	Menggunakan kata <i>mu</i>
	c. Sudut pandang orang ketiga	0	
	d. Tidak menggunakan sudut pandang	13	
	TOTAL	27	

Pembahasan

Dari 27 data iklan layanan masyarakat yang penulis simak dapat dikemukakan pembahasan sebagai berikut;

Data ke-1 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: MARI Mencuci Tangan Menggunakan Sabun! Ikutilah langkah mencuci tangan berikut ini. Tanganmu bersih badanmu sehat.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-1 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Tanganmu bersih badanmu sehat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar badan sehat maka perlu mencuci tangan dengan sabun. Kalimat persuasif pada data ke-1 ini yaitu ajakan agar mencuci tangan menggunakan sabun. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Mari mencuci tangan menggunakan sabun*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-1 menggunakan sudut pandang orang kedua yaitu *mu*.

Data ke-2 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Lindungi Buah Hati Anda dari Penyakit Campak dan Rubella! Bebas campak bebas rubella.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-2 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Bebas campak bebas rubella*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar terbebas dari penyakit baik campak maupun rubella. Data ke-2 ini yaitu ajakan agar melindungi buah

hati dari penyakit campak dan rubella adalah kalimat persuasif. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Ayo Lindungi Buah Hati Anda dari Penyakit Campak dan Rubella*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-2 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-3 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Mari Ke Puskesmas untuk Vaksinasi Putra Putri Anda! Jangan takut untuk Vaksin.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-3 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Jangan takut untuk vaksin*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar anak mau di vaksin. Kalimat persuasif pada data ke-3 ini yaitu ajakan agar mau vaksin. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *mari ke Puskesmas untuk Vaksin Putra Putri Anda*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-3 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-4 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Jangan Lupa Buanglah Sampah pada Tempatnya

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-4 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Buanglah sampah pada tempatnya*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar terbiasa membuang sampah pada tempatnya. Kalimat persuasif pada data ke-4 ini yaitu ajakan agar membuang sampah pada tempatnya. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *jangan lupa buanglah sampah pada tempatnya*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-4 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-5 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Jangan Lupa Menyikat Gigi 2x Sehari. Gigi bersih gigi sehat

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-5 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Gigi bersih gigi sehat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar membiasakan menyikat gigi 2x sehari. Kalimat persuasif pada data ke-5 ini yaitu ajakan agar menyikat gigi. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *jangan lupa menyikat gigi 2x sehari*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-5 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-6 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Jangan Jajan Sembarangan. Pilihlah makanan sehat.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-6 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Jangan jajan sembarangan*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar memilih makanan yang sehat. Kalimat persuasif pada data ke-6 ini yaitu ajakan untuk memilih makanan yang sehat. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Pilihlah makanan sehat*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-6 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-7 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Pilihlah Makanan yang Bergizi agar badanmu sehat.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-7 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Pilihlah makanan yang bergizi*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar memilih makanan yang bergizi. Kalimat persuasif pada data ke-7 ini yaitu ajakan agar memilih makanan bergizi. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Pilihlah makanan yang bergizi*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-7 menggunakan sudut pandang orang kedua yaitu *mu*.

Data ke-8 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Jangan Biarkan Kuman Merusak Gigi Anak Anda! Sikat gigi 2x sehari.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-8 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *sikat gigi 2x sehari*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar menyikat gigi 2x sehari. Kalimat persuasif pada data ke-8 ini yaitu ajakan menyikat gigi agar tidak terkena kuman. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *jangan biarkan kuman merusak gigi anak Anda*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-8 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-9 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Mari ajari Anak Anda Menyikat Gigi 2x Sehari. Menyikat gigi membuat gigi bebas kuman.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-9 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Menyikat gigi membuat gigi bebas kuman*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar membiasakan menyikat gigi 2x sehari. Kalimat persuasif pada data ke-9 ini yaitu ajakan agar anak mau menyikat gigi. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Mari ajari anak Anda menyikat gigi 2x sehari*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-9 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-10 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Eits...Sudah ada Tong Sampah, Maka Buanglah Sampah Pada Tempatnya

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-10 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Buanglah sampah pada tempatnya*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar membiasakan membuang sampah pada tempatnya. Kalimat persuasif pada data ke-10 ini yaitu ajakan membuang sampah pada tempatnya. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Buanglah sampah pada tempatnya*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-10 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-11 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Hijaukan Kembali Bumi Ini. Menanam satu pohon menyelamatkan bumi.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-11 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Hijaukan kembali bumi ini*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar bumi ini tetap hijau. Kalimat persuasif pada data ke-11 ini yaitu ajakan agar mau menanam pohon. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Menanam satu pohon menyelamatkan bumi*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-11 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-12 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: STOP Membuang Sampah Sembarangan. Sayangi dirimu.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-12 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *STOP membuang sampah sembarangan*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar jangan membuang sampah sembarangan. Kalimat persuasif pada data ke-12 ini yaitu ajakan agar tidak membuang sampah sembarangan. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *STOP membuang sampah sembarangan*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-12 terdapat sudut pandang orang kedua yaitu *mu*.

Data ke-13 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Mari Laksanakan 3M: Menguras, Mengubur, Menutup. Agar tidak terjangkit Demam Berdarah.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-13 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Mari laksanakan 3M*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar membiasakan melaksanakan 3M. Kalimat persuasif pada data ke-13 ini yaitu ajakan agar mau melaksanakan 3M. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Mari laksanakan 3M: menguras, mengubur, menutup*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-13 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-14 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Mari Bersama Melakukan Reboisasi. Menanam satu pohon menanam kebaikan

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-14 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Menanam satu pohon menanam kebaikan*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar melaksanakan menanam pohon. Kalimat persuasif pada data ke-14 ini yaitu ajakan agar melakukan reboisasi. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Mari bersama melakukan*

reboisasi. Iklan layanan masyarakat pada data ke-14 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-15 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Ajari Anak Anda Mencuci Tangan dengan Benar. Cuci tangan biar sehat.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-15 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *cuci tangan biar sehat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar membiasakan cuci tangan. Kalimat persuasif pada data ke-15 ini yaitu ajakan agar anak terbiasa mencuci tangan. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Ajari anak Anda mencuci tangan dengan benar*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-15 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-16 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Jangan Biarkan Hijaunya Bumi ini Menghilang. Hijau bumi sehat bumi

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-16 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Hijau bumi sehat bumi*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar mau peduli dengan bumi. Kalimat persuasif pada data ke-16 ini yaitu ajakan agar menghijaukan bumi. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Jangan biarkan hijaunya bumi ini menghilang*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-16 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-17 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Jika ingin sehat...Katakan TIDAK Pada NARKOBA

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-17 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Katakan TIDAK pada NARKOBA*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar menjauhi narkoba. Kalimat persuasif pada data ke-17 ini yaitu ajakan agar menjauhi narkoba kalau ingin sehat. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Jika ingin sehat*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-17 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-18 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Jangan Mencoba-coba Jika Anda tidak Mau Celaka. Hindari NARKOBA

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-18 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Hindari narkoba*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar menjauhi narkoba. Kalimat persuasif pada data ke-18 ini yaitu ajakan agar jangan mencoba dengan narkoba. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *jangan mencoba-coba jika Anda tidak mau celaka*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-18 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-19 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Ikuti Langkah Berikut dalam Mencuci Tangan yang Benar. Mencuci tangan membuat Anda sehat.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-19 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Mencuci tangan membuat Anda sehat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar terbiasa mencuci tangan. Kalimat persuasif pada data ke-19 ini yaitu ajakan agar mencuci tangan dengan benar. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *ikuti langkah berikut dalam mencuci tangan yang benar*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-19 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-20 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Mari Bersama Menjaga Kebersihan Lingkungan Agar Terhindar dari Wabah Penyakit. Lingkungan bersih lingkungan sehat.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-20 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *lingkungan bersih lingkungan sehat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar menjaga lingkungan. Kalimat persuasif pada data ke-20 ini yaitu ajakan agar menjaga kebersihan lingkungan. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Mari bersama menjaga*

kebersihan lingkungan agar terhindar dari wabah penyakit. Iklan layanan masyarakat pada data ke-20 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-21 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Satu Tanaman Akan Menyelamatkan Bumi Ini. Mari menanam

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-21 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Mari menanam*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar mau menanam. Kalimat persuasif pada data ke-21 ini yaitu ajakan agar menanam untuk menyelamatkan bumi. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Satu tanaman akan menyelamatkan bumi ini* Iklan layanan masyarakat pada data ke-21 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang

Data ke-22 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Ajak Anak Anda untuk Periksa Gigi 2x dalam Setahun. Gigi Anak sehat.

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-22 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Gigi anak sehat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar menjaga kesehatan gigi. Kalimat persuasif pada data ke-22 ini yaitu ajakan agar memeriksakan gigi setahun. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Ajak anak Anda untuk periksa gigi 2x dalam setahun*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-22 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-23 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Mencegah Lebih Baik daripada Mengobati. Jadi jangan Coba-coba dengan NARKOBA

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-23 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Mencegah lebih baik daripada mengobati*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar agar hidup sehat. Kalimat persuasif pada data ke-23 ini yaitu ajakan agar tidak mencoba dengan narkoba. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Jadi jangan coba-coba dengan narkoba*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-23 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-24 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Gunakan Masker Jika Anda Batuk. Jangan Menularkan Pada Orang Lain. Segeralah Periksa Ke Puskesmas. Mari hidup Sehat

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-24 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Mari hidup sehat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar membiasakan hidup sehat. Kalimat persuasif pada data ke-24 ini yaitu ajakan agar menggunakan masker. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *gunakanlah masker jika Anda batuk*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-24 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-25 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Biasakan Anak Makan Makanan Gizi Seimbang. Anak sehat anak kuat

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-25 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *anak sehat anak kuat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar anak tetap sehat. Kalimat persuasif pada data ke-25 ini yaitu ajakan agar makan makanan bergizi. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *biasakan anak makan makanan gizi seimbang*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-25 tidak ditemukan penggunaan sudut pandang.

Data ke-26 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Mari jaga kebersihan kota Anda. Maka Buanglah Sampah Pada Tempatnya

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-26 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *Buanglah sampah pada tempatnya*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar membiasakan buang sampah pada tempatnya. Kalimat persuasif pada data ke-26 ini yaitu

ajakan mmenjaga kebersihan. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *Mari jaga kebersihan kota Anda*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-26 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Data ke-27 Iklan Layanan Masyarakat

Teks: Jika Anda Sakit Datanglah Ke Puskesmas Terdekat. Mari hidup sehat

Pada teks iklan layanan masyarakat data ke-27 terdapat pemakaian slogan ini bisa disimak dari kalimat *mari hidup sehat*. Pesan yang ingin disampaikan yaitu agar membiasakan hidup sehat. Kalimat persuasif pada data ke-27 ini yaitu ajakan agar mau ke puskesmas jika sakit. Hal tersebut ditemukan pada kalimat *jika Anda sakit datanglah ke Puskesmas terdekat*. Iklan layanan masyarakat pada data ke-27 terdapat sudut pandang orang pertama yaitu *Anda*.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisa terhadap teks iklan layanan masyarakat sebanyak 27 teks yang dibuat oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Bangsa, dapat disimpulkan bahwa dari 27 teks tersebut terdapat penggunaan slogan dan terdapat kalimat persuasif, sedangkan dari 27 teks tersebut terdapat 13 teks iklan layanan masyarakat yang tidak ditemukan penggunaan sudut pandang. 14 teks iklan layanan masyarakat terdapat penggunaan sudut pandang orang pertama yaitu *Anda* dan orang kedua yaitu *mu*. 27 teks iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh mahasiswa bertemakan tentang narkoba, kesehatan gigi, makanan sehat, kebersihan lingkungan, penghijauan, mencuci tangan, vaksin, ajakan ke Puskesmas.

Daftar Pustaka

- Kariska, dkk. 2019. Diksi dan Gaya Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Radio sebagai Materi Ajar di SMP. *BASASTRA Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*. 7(2): 110-118.
- Kosasih, E dan Endang Kurniawan. 2018. *Jenis-jenis Teks Fungsi, Struktur dan Kaidah Kebahasaan*. Bandung: Yrama Wydya.
- Kosasih, E. 2020. *22 Jenis Teks*. Bandung: Yrama Wydya.
- Mukaromah, dkk. 2017. Iklan Layanan Masyarakat dan Respon Khalayak. *Islamic Communication Journal*. 2(2): 219-235
- Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Normalita, Aulia dan Uswatun Hasanah. 2020. Analisis Gaya Bahasa dan Nilai Moral pada Iklan Layanan Masyarakat di Sepanjang Jalan Solo-Ngawi. *SALINGKA Majalah Ilmiah Bahasa dan Sasstra*. 17(1): 89-100
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi
- Setyawati, Nanik. 2018. Struktur Kebahasaan Teks Iklan Layanan Masyarakat. *Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia (PIBSI) XL*. 531-539.
- Sintia, dkk. 2017. Bahasa Iklan Layanan Masyarakat dan Impilasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *Jurnal Kata (bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*. 5(2): 1-10.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta