

**DIKSI DALAM IKLAN OBAT DI APOTEK WILAYAH KECAMATAN
GUBUG KABUPATEN GROBOGAN**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi sarjana I
pada jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia

Oleh:

DHANANG ARIYANTO

NIM A310090060

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

PERSETUJUAN

**DIKSI DALAM IKLAN OBAT DI APOTEK WILAYAH KECAMATAN GUBUG
KABUPATEN GROBOGAN**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

DHANANG ARIYANTO

NIM A310090060

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing,



Drs. Agus Budi Wahyudi, M.Hum

NIP/NIK. 405/NIDN. 0618086001

HALAMAN PENGESAHAN
DIKSI DALAM IKLAN OBAT DI APOTEK WILAYAH KECAMATAN GUBUG
KABUPATEN GROBOGAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

DHANANG ARIYANTO
NIM A310090060

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
pada hari Selasa, 14 November 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Drs. Agus Budi Wahyudi, M.Hum
(Ketua Dewan Penguji)
2. Prof. Dr. Markhamah, M.Hum
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dra. Atiqa Sabardila, M.Hum
(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Dekan


Prof. Dr. Harun Joko Prayitno
NIP. 196504281993031001



PERNYATAAN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa naskah publikasi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu/dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti artikel publikasi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surakarta, 23 Januari 2018

Yang membuat pernyataan,



Dhanang Ariyanto

A310090060

DIKSI DALAM IKLAN OBAT DI APOTEK WILAYAH KECAMATAN GUBUG KABUPATEN GROBOGAN

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mendeskripsikan penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. 2) Mendeskripsikan makna terjadinya penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Penelitian ini dikembangkan dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik analisis data menggunakan metode agih dan metode padan. Metode agih adalah metode analisis yang alat penentunya berada pada bagian dari bahasa yang bersangkutan itu sendiri. Metode padan adalah metode analisis yang alat penentunya di luar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu: 1) Penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan menunjukkan bahwa dari 20 data yang dianalisis terdapat 12 teks iklan yang menggunakan diksi konotasi dan 8 teks iklan menggunakan diksi denotasi. 2) Makna penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, membangkitkan minat konsumen, merangsang hasrat konsumen untuk menggunakan produk obat yang diiklankan, serta menciptakan keyakinan pada diri konsumen.

Kata kunci: Diksi konotasi dan denotasi, makna diksi konotasi dan denotasi

ABSTRACT

The purpose of this research was: 1) Describes the use of diction and connotation denoted in the language of advertising the drug in Pharmacies Subdistrict Huts Grobogan. 2) Describes the meaning of the occurrence of the use of diction and connotation denoted in the language of advertising the drug in Pharmacies Subdistrict Huts Grobogan. This research developed with qualitative methods are purely descriptive. Technique of data analysis using the method of agih and methods in accordance. The method agih is a method of analysis of the penentunya tool located on the part of the concerned language itself. Indeterminate method is a method of analysis tool penentunya on the outside, apart, and did not become part of the language in question. Based on the research results obtained conclusions, namely: 1) use of diction and connotation denoted in the language of advertising the drug in Pharmacies Subdistrict Huts Grobogan shows that 20 of the data analyzed contained 12 ad text that uses diction and connotation 8 ad text uses diction denoted. 2) Meaning the use of diction and connotation denoted in the language of advertising the drug in Pharmacies Subdistrict Huts Grobogan aims to attract the attention of consumers, arouse the

interest of the consumer, the consumer's desire to stimulate the use of the advertised drug product, as well as create self confidence in consumers.

Keywords: Diction and connotation of denoted meaning of diction, connotation and denoted

1. PENDAHULUAN

Diksi merupakan pilihan kata, pilihan kata yang dimaksud mencakup pengertian kata untuk menyampaikan ide gagasan. Kata yang digunakan harus dapat diterima dan dipahami oleh orang lain (Keraf, 2008: 22). Semakin banyak kata yang dikuasai, maka semakin lancar pula seseorang itu menyampaikan ide atau gagasannya kepada orang lain. Seorang yang menguasai banyak kosa kata, maka dengan mudah ia lancar mengadakan komunikasi dengan orang lain. Seorang pengarang tidak asal menggunakan kata ketika akan menuliskan ide atau gagasannya. Pengarang akan memilih kata mana yang tepat untuk menuliskan ide atau gagasannya. Hal tersebut menyangkut kapan, di mana, dan tujuan penggunaan kata tersebut. Semua itu dimaksudkan untuk memberikan tulisan yang menarik perhatian pembaca dengan maksud agar pesan yang ditulis oleh pengarang dapat disampaikan kepada pembaca.

Diksi dapat dimanfaatkan dalam bahasa spanduk iklan obat. Pemakaian diksi dalam bahasa spanduk iklan obat haruslah tepat dan benar. Hal ini diupayakan agar apa yang ingin disampaikan oleh produsen dapat diterima oleh konsumen atau masyarakat. Masing-masing produsen obat memiliki bahasa yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesan dan iklan obat. Keanekaragaman penggunaan diksi tersebut bertujuan untuk menarik perhatian pembaca maupun pendengar. Spanduk dipandang sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan dari produsen obat kepada konsumen. Bahasa yang dipilih harus menarik dan berisikan pesan yang dikemas dengan berbagai bentuk baik menyangkut kosakata, struktur bahasa maupun pesan pragmatiknya. Para pembuat spanduk iklan obat berusaha keras untuk mempersuasi masyarakat agar membeli obat yang diiklankan oleh

produsen. Aktivitas ini memperlihatkan bermacam-macam bentuk bahasa yang dimanfaatkan sedemikian rupa untuk tujuan yang jelas dan terpusat.

Bahasa dalam spanduk iklan obat beraneka ragam, masing-masing produsen obat berbeda-beda dalam menawarkan produknya kepada konsumen yang dituangkan dalam tulisan melalui spanduk. Dari bahasa spanduk tersebut terdapat diksi yang menarik untuk dipahami dari masing-masing produsen obat. Penggunaan diksi yang ada di dalam bahasa spanduk iklan obat biasanya berisi informasi atau ajakan kepada konsumen. Seperti iklan obat demam yang berisi: "*Pilihanku saat Demam Netem*". Iklan tersebut memberikan informasi kepada konsumen bahwa di saat anak mengalami demam dapat menggunakan obat Netem. Hal berbeda terdapat pada iklan obat herpes, yaitu:

Herpes?

Dompo?

Oleskan Virogun.

Virogun aman dan alami

Tidak panas di kulit

Bebas berkas luka

Iklan obat herpes tersebut menyampaikan kelebihan dan khasiat obat yang ditawarkan kepada konsumen. Dari uraian di atas penulis mengkaji penggunaan diksi dalam bahasa spanduk iklan obat yang ada di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2012: 115). Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data

dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2012: 9).

Teknik analisis data menggunakan metode agih dan metode padan. Metode agih adalah metode analisis yang alat penentunya berada pada bagian dari bahasa yang bersangkutan itu sendiri. Metode padan adalah metode analisis yang alat penentunya di luar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto, 1993: 13).

Berdasarkan pendapat tersebut maka dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah metode padan, dalam hal ini peneliti melakukan analisis jenis diksi dalam iklan obat yang ada di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Diksi pada Iklan Obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan

Berikut ini adalah jenis diksi yang terdapat dalam teks iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

Data 1 (Iklan Obat Panadol Koyo)

Berdasarkan data teks iklan di atas menunjukkan bahwa teks iklan yang digunakan masuk kategori jenis diksi konotasi, hal tersebut ditunjukkan dengan kata *bekerja aktif*, di mana arti sesungguhnya dari *bekerja aktif* diperuntukkan untuk seseorang yang melakukan suatu pekerjaan (perbuatan) untuk berbuat sesuatu.

Data 2 (Iklan Obat Antangin JRG) Jenis diksi yang digunakan pada iklan obat Antangin tersebut termasuk jenis diksi konotasi, yaitu makna kias atau tidak sebenarnya. Hal tersebut ditunjukkan pada kalimat *wes..ewes..ewes bablas angine!*. Pada kalimat tersebut pengiklan menggunakan kata bahasa Jawa berupa jargon *wes..ewes..ewes bablas angine!*.

Data 3 (Iklan Obat Tolak Angin) Jenis diksi yang digunakan pada iklan obat Tolak Angin tersebut adalah jenis diksi konotasi, yaitu diksi yang memberikan makna tidak sesungguhnya, tetapi berupa kiasan dengan melebih-

lebihkan makna sesungguhnya. Bentuk diksi yang mengandung makna konotasi terdapat pada kalimat *orang pintar minum Tolak Angin*. Penggunaan kata *orang pintar* makna sesungguhnya adalah orang yang pandai, cakap, cerdik, banyak akal serta mahir dalam melakukan atau mengerjakan sesuatu.

Data 4 (Iklan Obat OBH Combi Anak) Jenis diksi yang digunakan pada iklan obat OBH Combi Anak tersebut adalah jenis diksi konotasi, yaitu diksi yang memberikan makna tidak sesungguhnya, tetapi berupa kiasan dengan melebih-lebihkan makna sesungguhnya. Bentuk diksi yang mengandung makna konotasi terdapat pada kalimat *Daah ohoknya. Halo cerianya!.. Daah ohoknya* memiliki makna kiasan, makna sesungguhnya untuk penggunaan kata *Daah* diperuntukkan sebagai salam perpisahan bagi orang yang akan bepergian, sedangkan kata *Halo* diperuntukkan sebagai ucapan salam ketika menyapa seseorang saat berjumpa atau bertemu.

Data 5 (Iklan Obat Minokole) Jenis diksi pada iklan obat Minokole adalah diksi denotasi, yaitu jenis diksi yang mengungkapkan makna sebenarnya tanpa melebih-lebihkan arti yang sesungguhnya. Jenis diksi denotasi pada iklan obat Minokole terdapat pada kata *cepat turunkan kolesterol*, artinya bahwa konsumen yang meminum obat Minokole, kolesterolnya segera turun dengan cepat.

Data 6 (Iklan Obat Biolysin) Jenis diksi pada iklan obat Biolysin adalah diksi denotasi, yaitu jenis diksi yang mengungkapkan makna sebenarnya tanpa melebih-lebihkan arti yang sesungguhnya. Diksi denotasi pada iklan obat Biolysin yaitu dengan memberikan vitamin anak berupa Biolysin, anak akan tumbuh sehat, cerdas dan kreatif. Di sini pengiklan tidak memberikan kiasan atau melebih-lebihkan fungsi dari vitamin anak tersebut.

Data 7 (Iklan Obat Entrostop) Jenis diksi yang terdapat pada iklan obat Entrostop adalah jenis diksi denotasi, yaitu jenis diksi yang mengungkapkan makna sebenarnya tanpa melebih-lebihkan arti yang sesungguhnya. Dalam teks iklan berupa *stop diare dengan entrostop*, memiliki arti bahwa dengan meminum obat Entrostop maka diare akan berhenti atau berakhir.

Data 8 (Iklan Obat Wasilloss) Jenis diksi yang terdapat pada iklan obat Wasilloss adalah jenis diksi denotasi, yaitu jenis diksi yang mengungkapkan makna sebenarnya tanpa melebih-lebihkan arti yang sesungguhnya. Kata *secara tradisional membantu meringankan gejala wasir* yang digunakan oleh pengiklan memiliki arti secara adat atau budaya nenek moyang, obat tersebut dapat mencegah gejala penyakit wasir.

Data 9 (Iklan Obat Herbakof) Jenis diksi pada teks iklan obat batuk di atas menggunakan jenis diksi konotasi, yaitu jenis diksi yang memberikan makna tidak sesungguhnya, tetapi berupa kiasan dengan melebih-lebihkan makna sesungguhnya. Bentuk diksi yang mengandung makna konotasi terdapat pada kalimat *Batuk? Cepat ambil herbakof* serta pada kalimat *cepat, aman, & ga bikin ngantuk*. Arti dari kata *batuk?* yaitu makna kata tanya yaitu *apakah anda batuk?*, sedangkan arti kata *ambil* memiliki arti memegang sesuatu lalu dibawa, padahal yang dimaksud oleh pengiklan kata *ambil* adalah segera minum obat *herbakof*. Kalimat *cepat, aman, & ga bikin ngantuk* dapat diartikan yaitu cepat artinya segera atau dalam waktu yang singkat, *aman* memiliki arti bebas dari bahaya, *ga bikin ngantuk* memiliki arti tidak membuat mengantuk. Pengiklan dalam hal ini memiliki maksud dan tujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen bahwa khasiat dari obat herbakof adalah cepat dapat menyembuhkan batuk, aman untuk dikonsumsi dan tidak membuat kantuk bagi yang meminumnya.

Data 10 (Iklan Obat Poldan Mig) Jenis diksi yang digunakan dalam teks iklan obat Poldan Mig adalah jenis diksi konotasi, yaitu jenis diksi yang memberikan makna tidak sesungguhnya, tetapi berupa kiasan dengan melebih-lebihkan makna sesungguhnya. Kalimat atau kata yang mengandung diksi konotasi yaitu kalimat *Obatnya sama...* dan *Kasiatnya pol..pol..pol..*. Kalimat *obatnya sama...* memiliki arti bahwa sakit kepala berupa pusing, migran atau sakit kepala biasa, obatnya adalah sama yaitu Poldan Mig. Sedangkan kata *pol..pol..pol..* memiliki arti penuh, padahal yang dimaksud oleh pengiklan dari penggunaan kata *pol..pol..pol..* adalah memiliki khasiat yang luar biasa.

Isi Iklan Obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat peneliti kemukakan bahwa iklan memiliki lima tujuan yaitu, menarik perhatian, membangkitkan minat, merangsang hasrat, menciptakan keyakinan, dan melahirkan tindakan (membeli barang/jasa). Tidak semua iklan bisa mencapai kelima tujuan tersebut. Ini berarti, hanya iklan yang baik yang dapat mencapai kelima tujuan tersebut.

Berdasarkan tujuan iklan di atas, para produsen akan menggunakan berbagai cara agar produk yang dihasilkannya dapat laku di pasaran. Berbagai kegiatan promosipun akan dilakukan, salah-satunya dengan mengiklankan produknya melalui media spanduk ataupun panflet. Guna mempermudah kegiatan promosi atau iklan maka orang yang berperan penting untuk membuat kegiatan promosi atau iklan agar berhasil dan sukses adalah pengiklan. Pengiklan akan membuat sebuah iklan sebuah produk menjadi menarik untuk dilihat yaitu dengan menggunakan gambar-gambar dan bahasa yang menarik. Penggunaan diksi pada iklan juga sangat berpengaruh dalam eksis atau tidaknya iklan tersebut di mata masyarakat. Adapun hasil analisis isi Iklan Obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, adalah sebagai berikut:

Data 1 (Iklan Obat Panadol Koyo) Baru dari Panadol Koyo Modern Pereda Nyeri, *Bekerja aktif*, Redakan pegal dan nyeri

Fungsi Obat Berdasarkan teks iklan tersebut menunjukkan bahwa produk obat Panadol memiliki produk baru berupa Koyo modern yang berfungsi sebagai pereda nyeri. Guna menyakinkan konsumen, pembuat iklan menyatakan bahwa koyo tersebut mampu *bekerja aktif*, yang memiliki fungsi mampu bereaksi dengan cepat dalam meredakan pegal dan nyeri.

Cara Penggunaan Obat : Cara penggunaan obat Panadol Koyo dilakukan dengan cara ditempel pada bagian tubuh yang merasa nyeri dan pegal.

Tujuan Iklan Obat Tujuan dari iklan obat Panadol Koyo adalah memberikan informasi dan membujuk konsumen untuk menggunakan Obat

Panadol Koyo ketika merasakan nyeri dan pegal-pegal pada bagian tubuh. Pengiklan juga menyampaikan bahwa Obat Panadol Koyo merupakan obat koyo modern yang mampu menghilangkan nyeri dan pegal-pegal.

Data 2 (Iklan Obat Antangin JRG) Masuk angin? Minum ...Antangin JRG, Wes..ewes..ewes, Bablas angine!, Makna Diksi:

Fungsi Obat Iklan Antangin dengan menggunakan kata-kata *wes..ewes..ewes bablas angine!* memiliki fungsi bahwa konsumen yang meminum obat Antangin JRG segera sembuh dan masuk angin segera lenyap atau hilang karena khasiat dari obat Antangin JRG tersebut.

Cara Penggunaan Obat : Cara penggunaan obat Antangin JRG adalah dengan cara diminum, sebab Antangin JRG merupakan obat masuk angin yang berbentuk obat cair.

Tujuan Iklan Obat : Tujuan dari iklan obat Antangin JRG adalah membujuk konsumen untuk meminum obat Antangin JRG, guna mencegah dan mengobati masuk angin.

Data 3 (Iklan Obat Tolak Angin) : Orang pintar minum Tolak Angin Obat herbal untuk masuk angin

Fungsi Obat Iklan obat Tolak Angin memiliki fungsi bahwa konsumen yang meminum obat Tolak Angin segera sembuh dan masuk angin segera lenyap atau hilang karena khasiat dari obat Tolak Angin tersebut.

Cara Penggunaan Obat : Cara penggunaan obat Tolak Angin adalah dengan cara diminum, sebab Tolak Angin merupakan obat masuk angin yang berbentuk obat cair.

Tujuan Iklan Obat : Tujuan iklan obat tolak angin adalah membujuk konsumen untuk menggunakan obat Tolak Angin ketika masuk angin, pengiklan menggunakan kalimat *orang pintar minum Tolak Angin*, memiliki makna kiasan, artinya tidak orang pintar yang dimaksud bukan orang pintar yang sebenarnya, tetapi adalah konsumen yang cerdas dalam memilih jenis obat yang dapat menghilangkan masuk angin. Orang pintar yang dimaksud oleh pengiklan obat adalah orang yang pandai memilih jenis obat masuk

angin, yaitu obat Tolak Angin yang merupakan obat herbal terbuat dari bahan-bahan alami.

Data 4 (Iklan Obat OBH Combi Anak) OBH Combi Anak, Daah ohoknya. Halo cerianya!

Fungsi Obat Fungsi dari obat OBH Combi Anak adalah untuk meredakan batuk pada anak, baik batuk berdahak, batuk kering maupun batuk karena flu.

Cara Penggunaan Obat : Penggunaan OBH Combi Anak adalah dengan cara diminum sesuai dengan komposisi yang telah ditentukan, OBH Combi Anak merupakan obat berbentuk cair, sehingga setiap minum takarannya berupa sendok.

Tujuan Iklan Obat : Tujuan pengiklan menggunakan kalimat *Daah ohoknya* memiliki makna bahwa konsumen setelah meminum obat OBH Combi akan segera sembuh batuknya, dan *Halo cerianya!* memiliki makna bahwa setelah sembuh dari batuk, anak kembali ceria.

Data 5 (Iklan Obat Minokole) Minokole Cepat turunkan kolester

Fungsi Obat Obat Minokole memiliki khasiat yang dapat menurunkan kolestrol dengan segera, di mana konsumen cukup meminum obat Minokole sesuai dengan petunjuk penggunaannya.

Cara Penggunaan Obat Cara penggunaan obat Minokole yaitu diminum secara teratur, sebab obat Minokole berupa kapsul.

Tujuan Iklan Obat Berdasarkan teks iklan tersebut, pengiklan bermaksud memberikan penjelasan secara jelas dan lugas bahwa obat Minokole memiliki khasiat yang dapat menurunkan kolestrol dengan segera.

Data 6 (Iklan Obat Biolysin) Berikan Biolysin agar anak tumbuh sehat, cerdas dan kreatif

Fungsi Obat Obat Biolysin merupakan obat cair berupa vitamin bagi anak, yang berfungsi untuk meningkatkan tumbuh sehat, cerdas dan kreatif bagi anak.

Cara Penggunaan Obat Penggunaan Biolysin adalah dengan cara diminum sesuai dengan komposisi yang telah ditentukan, Biolysin merupakan obat berbentuk cair, sehingga setiap minum takarannya berupa sendok.

Tujuan Iklan Obat Tujuan pengiklan pada obat Biolysin tersebut adalah menyampaikan secara lugas dan jelas mengenai fungsi dari produk yang diiklankan. Pengiklan menyampaikan pesan dengan jelas bahwa dengan memberikan vitamin kepada anak berupa Biolysin, maka dapat membentuk anak yang tumbuh sehat, cerdas dan kreatif.

Data 7 (Iklan Obat Entrostop) Entrostop, Stop diare dengan entrostop

Fungsi Obat Obat Entrostop memiliki fungsi untuk membantu menghentikan diare pada konsumen.

Cara Penggunaan Obat Cara penggunaan obat Entrostop yaitu diminum sesuai petunjuk, di mana obat Entrostop merupakan obat berbentuk kapsul.

Tujuan Iklan Obat Pengiklan menyampaikan pesan secara jelas bahwa khasiat dari obat Entrostop adalah untuk menghentikan diare. Penggunaan jenis diksi denotasi pada iklan tersebut dimaksudkan agar konsumen mudah memahami pesan yang disampaikan oleh pengiklan, serta memberikan unsur penegasan berupa penggunaan kata *stop*, yang memiliki arti berhenti.

Data 8 (Iklan Obat Wasilloss) Wasilloss, Secara tradisional membantu meringankan gejala wasir

Fungsi Obat Obat Wasilloss merupakan obat berbentuk kapsul yang berfungsi mencegah gejala penyakit wasir.

Cara Penggunaan Obat : Cara penggunaan obat Wasilloss yaitu dikonsumsi setiap hari, sesuai dengan petunjuk penggunaan.

Tujuan Iklan Obat Pengiklan dalam menggunakan teks iklan Wasilloss menyampaikan pesan kepada konsumen secara jelas, bahwa khasiat obat Wasilloss adalah membantu meringankan gejala wasir, sehingga penggunaan teks iklan tersebut mudah dipahami dan dimengerti oleh konsumen, serta tidak memiliki makna kiasan.

Data 9 (Iklan Obat Herbakof) Batuk? Cepat ambil herbakof, Cepat, aman, & ga bikin ngantuk

Fungsi Obat : Fungsi obat Herbakof yaitu dapat menyembuhkan batuk, aman untuk dikonsumsi dan tidak membuat kantuk bagi yang meminumnya.

Cara Penggunaan Obat : Penggunaan obat Herbakof yaitu diminum sesuai dengan petunjuk penggunaan, di mana obat Herbakof berbentuk kapsul.

Tujuan Iklan Obat Tujuan iklan obat Herbakof yaitu memiliki fungsi memberikan informasi kepada konsumen bahwa khasiat dari obat herbakof adalah cepat dapat menyembuhkan batuk, aman untuk dikonsumsi dan tidak membuat kantuk bagi yang meminumnya.

Data 10 (Iklan Obat Poldan Mig) Pusing? Migran ? , Sakit kepala sebelum akibat migran, Atau sakit kepala biasa, Obatnya sama...Poldan Mig,,Kasiatnya pol..pol..pol..

Fungsi Obat Fungsi obat Poldan Mig adalah menghilangkan sakit kepala akibat migren serta mampu menghilangkan pusing.

Cara Penggunaan Obat Penggunaan obat Poldan Mig yaitu diminum sesuai dengan petunjuk penggunaan, di mana obat Poldan Mig berbentuk kapsul.

Tujuan Iklan Obat Kalimat *obatnya sama...* memiliki arti bahwa sakit kepala berupa pusing, migran atau sakit kepala biasa, obatnya adalah sama yaitu Poldan Mig. Sedangkan kata *pol..pol..pol..* memiliki arti penuh, padahal yang dimaksud oleh pengiklan dari penggunaan kata *pol..pol..pol..* adalah memiliki khasiat yang luar biasa.

Kompetensi Inti (KI) dalam Kurikulum 2013 dirancang dalam empat kelompok yang saling terkait, yaitu berkenaan dengan sikap keagamaan (kompetensi inti 1), sikap sosial (kompetensi inti 2), pengetahuan (kompetensi inti 3), dan penerapan pengetahuan (kompetensi inti 4). Keempat kelompok itu menjadi acuan dari Kompetensi Dasar dan harus dikembangkan dalam setiap peristiwa pembelajaran secara integratif. Kompetensi yang berkenaan dengan sikap keagamaan dan sosial dikembangkan secara tidak langsung (*indirect teaching*), yaitu pada waktu peserta didik belajar tentang pengetahuan (kompetensi kelompok 3) dan penerapan pengetahuan (kompetensi kelompok 4) (Kemendikbud 2013:6). Kompetensi Inti dalam pembelajaran teks iklan telah mencakup empat acuan yang saling terkait yaitu agama, sikap sosial, pengetahuan dan penerapan pengetahuan. Keempat hal tersebut telah

dikembangkan dalam setiap peristiwa pembelajaran. Kompetensi Dasar merupakan kompetensi setiap mata pelajaran untuk setiap kelas yang diturunkan dari Kompetensi Inti. Sesuai dengan pengembangan kurikulum 2013 SMA Negeri 1 Godong telah mengembangkan Kompetensi Dasar (KD) yang diturunkan dari Kompetensi inti, terdiri atas sikap, pengetahuan dan keterampilan.

Kompetensi Dasar pada pembelajaran teks iklan di SMA telah dikembangkan menjadi beberapa indikator. Pengembangan indikator merujuk pada kepentingan (urgensi), kesinambungan (kontinuitas), kesesuaian (relevansi), dan kontekstual. Urgensi dalam pengembangan indikator ditunjukkan pada kebutuhan pencapaian pembelajaran (kedalaman dan keluasan materi pembelajaran). Kesinambungan indikator ditunjukkan oleh keruntutan pencapaian materi pembelajaran atau belajara dari yang mudah menuju ke sulit. Indikator yang telah ditentukan memiliki kesesuaian antar indikator. Kontekstual yang dimaksud, indikator memiliki relevansi atau kecocokan dengan Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar. Indikator menggunakan kata kerja operasional yang dapat diukur atau diobservasi. Indikator dapat dijadikan sebagai alat ukur pencapaian hasil belajar siswa.

Indikator yang telah ditentukan oleh guru dapat dicapai melalui kesesuaian materi pembelajaran dengan Kompetensi Dasar. Berdasarkan analisis RPP di atas, materi pembelajaran yang digunakan di SMA memiliki relevansi dengan Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar. Melalui data RPP dapat dilihat bahwa ada kesesuaian antara pendekatan, metode, dengan langkah-langkah pembelajaran. Pendekatan pembelajaran menggunakan pendekatan saintifik *learning*. Pendekatan pembelajaran yang berfokus pada keaktifan peserta didik mencari tahu dari berbagai sumber melalui observasi dan bukan hanya diberi tahu oleh guru. Pendekatan pembelajaran yang berpusat pada siswa.

Metode pembelajaran yang digunakan mendukung dalam kegiatan pembelajaran. Metode yang digunakan dalam pembelajaran teks iklan yaitu

ceramah, tanya jawab, inkuiri, diskusi, dan penugasan. Metode tersebut relevan dengan pendekatan saintifik.

Kegiatan pembelajaran terdiri dari kegiatan pendahuluan, kegiatan inti dan kegiatan penutup. Kegiatan pendahuluan digunakan sebagai kegiatan awalan pembelajaran untuk menyiapkan peserta didik, mengajukan pertanyaan mengenai materi yang akan di pelajari, menjelaskan tujuan pembelajaran atau Kompetensi Dasar yang akan dicapai. Kegiatan inti merupakan kegiatan pokok pembelajaran digunakan untuk mencapai tujuan. Kegiatan ini telah mengacu pada pendekatan saintifik yaitu mengamati, menanya, menalar, mencoba dan mengomunikasikan. Kegiatan penutup guru bersama siswa membuat simpulan pembelajaran, merefleksi kegiatan pembelajaran, merencanakan tindak lanjut pembelajaran, memberikan tugas dan menyampaikan rencana pembelajaran pada pertemuan berikutnya.

Kegiatan pembelajaran tersebut telah menerapkan pendekatan saintifik sebagai implementasi kurikulum 2013. Pendekatan saintifik menggunakan media yang bervariasi. Media yang digunakan dalam pembelajaran teks iklan di SMA Negeri 1 Godong berupa LCD, laptop, dan CD interaktif. Media tersebut digunakan untuk mendukung kegiatan pembelajaran. Media telah disesuaikan dengan karakteristik pembelajaran.

Sumber belajar yang digunakan juga disesuaikan dengan karakteristik pembelajaran. Sumber belajar diambil dari Buku teks bahasa Indonesia “Ekspresi Diri dan Akademik kelas XII”. Buku teks diterbitkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2015. Buku ini digunakan sebagai sumber pokok dalam pembelajaran teks iklan. Untuk memperkaya bahan ajar juga digunakan buku teks cakap berbahasa Indonesia yang diterbitkan oleh Yudhistira tahun 2015.

Penilaian sebagai serangkaian kegiatan untuk mengetahui hasil belajar peserta didik. Penilaian dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan sehingga dapat menentukan tingkat keberhasilan dalam mencapai kompetensi yang telah ditentukan. Penilaian dalam Rencana Pelaksanaan Pembelajaran

(RPP) pembelajaran teks iklan di SMA menggunakan teknik tes dalam bentuk tertulis.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan menunjukkan bahwa dari 20 data yang dianalisis terdapat 12 teks iklan yang menggunakan diksi konotasi dan 8 teks iklan menggunakan diksi denotasi.

Isi iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan berisi mengenai fungsi obat, cara penggunaan obat dan tujuan dari iklan obat tersebut, yaitu untuk menarik perhatian konsumen, membangkitkan minat konsumen, merangsang hasrat konsumen untuk menggunakan produk obat yang diiklankan, serta menciptakan keyakinan pada diri konsumen.

Pembelajaran teks iklan di SMA menggunakan kurikulum 2013 dan dilaksanakan sesuai dengan sistematika kurikulum 2013, bentuk pembelajaran yang dilakukan adalah menampilkan ilustrasi teks iklan yang menarik dengan menggunakan kalimat dalam iklan yang disesuaikan produk yang ditawarkan. Bentuk kegiatan pembelajaran berupa membuat teks iklan yang menarik seperti memberikan tawaran diskon, hadiah, dan promo menarik lainnya.

4.2 Saran-saran

Penelitian mengenai penggunaan diksi dan analisis makna dalam iklan obat dapat menambah pembendaharaan materi guru dalam pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia di sekolah terutama pelajaran tentang penggunaan diksi dalam iklan. Iklan merupakan suatu saluran komunikasi dari produsen kepada konsumen berupa pesan yang menarik perhatian konsumen.

Penelitian ini juga memberikan motivasi dan pengetahuan bagi peneliti lain untuk mengadakan penelitian terhadap penggunaan diksi

dalam iklan obat. Calon peneliti juga dapat meneliti iklan obat dari struktur penggunaan kalimat dalam iklan obat.

DAFTAR PUSTAKA

- Keraf, Gorys. 1985. *Tatabahasa Indonesia*. Jakarta: Nusa Indah
- _____. 1996. *Kosakata Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- _____. 2008. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta : Duta Wacana University Press.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.