

MAKNA IMPLIKATUR IKLAN LAYANAN MASYARAKAT NGENANI VIRUS CORONA

Kartika Shanty

S-1 Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Daerah (Jawa), Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
kartikashanty@mhs.unesa.ac.id

Dr. Surana, S. S., M. Hum.

Dhosen Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Daerah (Jawa), Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Panliten makna implikatur *iklan layanan masyarakat* ngenani *virus corona* nduweni ancas kanggo ndheskripsikake makna implikatur kang ana sajrone *iklan layanan masyarakat* ngenani *virus corona* kanthi cara analisis makna konseptual lan makna kontekstual luwih dhisik. Dhata saka panliten iki yaiku ukara kang ngandhut makna implikatur sajrone *iklan layanan masyarakat* ngenani *virus corona*. Sumber dhata saka panliten ii yaiku *iklan layanan masyarakat* kang ana sajrone internet nalika *masa pandemi virus corona* iki kadadeyan. Panliten iki nggunakake telung tahap analisis dhata, yaiku tahap redhuksi dhata, panyuguhan dhata, lan dudutan. Asil panliten iki ngandharake yen makna implikatur sajrone *iklan layanan masyarakat* ngenani *virus corona* ana telung macem, yaiku ajakan, imbauan, lan piweling.

Tembung wigati : *pragmatik, implikatur, iklan layanan masyarakat.*

PURWAKA PURWAKA

Basa minangka piranti komunikasi sosial kang wigati kanggo manungsa. Sekabehe tumindake, manungsa nggunakake basa, kayata : cecaturan, ijol pamikiran, njaluk, ngakon, lan narik kawigaten supaya wong liya nyarujuki lan melu kaya apa kang kita pengini (Basir, 2016:6). Wigatine basa, saengga Samsuwi (sajrone Oka lan Suparno, 1994:34) ngandharake yen basa ora bisa dipisahake karo manungsa lan melu manungsa sajrone saben kagiyatane.

Manungsa nalika komunikasi nggunakake basa kang ngasilake sawijine tuturan utawa ujaran. Tuturan utawa ujaran kang dituturake kasebut bisa diandharake kanthi kasirat utawa kasurat. Sajrone ngerteni makna kasurat sawijine tuturan bisa dingerteni luwih dhisik kanthi nggoleki teges semantis tembung tembung kang mbentuk tuturan utawa ujaran kasebut. Sawetara iku, kanggo ngerteni makna kasirat sawijine tuturan utawa ujaran ora mung cukup ngerteni makna semantise wae. Kanggo ngerteni makna kasirat sawijine tuturan utawa ujaran diperlokake pangerten ngenani implikatur. Zamzani (2007 : 28) ngandharake yen implikatur yaiku sekabehe bab kang isih ndelik utawa *abstrak* sajrone sawalike penganggane basa kanthi aktual, bener, lan sanyatane. Kanthi mangkono, implikatur yaiku maksud, kapenginan, utawa ungkapan-ungkapan ati sing isih *abstrak* utawa isih ndelik (Achmad lan Abdullah, 2013:137). Implikatur bisa ditemokake ing sawijine iklan.

Iklan minangka salah sawijine piranti kanggo *promosi* sawijine *barang* utawa jasa klanthi nggunakake medhia basa. Iklan ngupayakake kanggo ngyakinake pamaca yen apa sing diandharake sajrone iklan kasebut minangka babagan kang bener. Saliyane kuwi, iklan uga njaluk utawa ngajak pamaca supaya nglakoni apa kang diiklanake. Iklan ora mung asipat *informatif*, nanging uga bisa narik kawigaten. Iklan asipat *informatif* amarga iklan ngupaya menèhi *informasi* kanggo masyarakat. Iklan digawe kanggo narik kawigaten kanthi cara nggunakake basa kang bisa kanggo narik kawigaten para pamaca iklan. Basa uga asipat *sederhana* lan ora mbingungake sarta ngupaya narik kawigaten oara pamaca iklan kanthi cara menèhi *tampilan* werna, gambar, lan swara. Kanthi mangkono,

masyarakat kang ndelok, ngrungokake lan maca iklan bakale nduweni *kesan* apik tumrap apa kang diiklanake.

Iklan layanan masyarakat kalebu sawijine wacana amarga iklan layanan masyarakat mingka sawijine wujud saka wacana tulis. Diandharake wacana tulis amarga sajrone iklan layanan masyarakat kasebut ana *ejaan*, penganggane kosakata, tembung, sarta *kaidah-kaidah ketatabahasaan* kang diandharake kanthi bentuk tulisan. Sajrone iklan layanan masyarakat uga ngandhut pesen kang pengin diandharake panulis iklan tumrap masyarakat, kang arupa menèhi informasi, ngajak, menèhi piweling lan imbauan. Saliyane makna kang kasurat, iklan layanan masyarakat uga nduwe makna kasirat (implisit). Diperlokake *pengkajian* kanthi jero kanggo ngerteni makna implisit iklan kasebut. Kanggo ngerteni makna implisit kanthi jero kang diandhut sajrone sawijine ujaran, diperlokake panliten ngenani makna implisit kasebut, yaiku teori implikatur. teori iki diandharake dening Grice sajrone artikele kang nduweni judhul "*Logic and Conversation*".

Panegesan iklan akeh nduweni perkara, salah sawijine ora kabeh masyarakat ngerteni makna kontekstual saka saben *slogan* iklan kang ana ing internet utawa baliho ing pinggir dalan. Akeh masyarakat kang mung bisa ngerteni *slogan-slogan* kasebut kanthi *konvensional*. Masyarakat kang kangelan kanggo ngerteni kanthi kontekstual *slogan-slogan* kang digunakake sajrone iklan lumrahe dijalari dening kawatesan kosa kata, kurange pangetahuwan ngenanti makna tembung, lan kurange pangetahuwan ngenani konteks.

Iklan layanan masyarakat ngandhut informasi kang wigati kayata saiki nalika *pandemi virus corona*. Akeh kang kudu dingerteni dening masyarakat ngenani *pandemi virus corona* iki. Mula saka kuwi, wigatine kanggo nganalisis wacana tumrap iklan-iklan kang dipublikasikake dening iklan layanan masyarakat ngenani *virus corona*. Saengga masyarakat luwih bisa ngerteni makna kontekstual daka basa utawa *slogan* kang digunakane sajrone iklan layanan masyarakat kasebut.

METODHE

Metodhe panliten kang digunakake yaiku panliten kuwalitatif. Sugiyono (2017 : 8) ngandharake metodhe

kuwalitatif minangka metodhe panliten kang adhedhasar *filasafat postpositivisme*, digunakake kanggo nliti tumrap kahanan *objek ilmiah* (minangka lawane musuhe yaiku eksperimen) panliti minangka instrumen kunci, teknik pangumpulan dhata kanthi gabungan, analisis dhata asipat induktif utawa kuwalitatif, lan asil panliten luwih nengenake makna *generalisasi*. Jinis panliten kuwalitatif iki kanthi pendekatan dheskriptif. Saengga dhata kang diklumpukake arupa dheskripsi tembung-tembung, gambar, lan dudu angka. Sumber dhata kanggo panliten iki saka iklan-iklan layanan masyarakat kang ana ing internet nalika *pandemi virus corona*. Teknik analisis dhata dilakoni kanthi telung tahap analisis, yaiku tahap redhuksi dhata, tahap nyuguhake dhata, lan tahap narik dudutan.

ASIL LAN JLENTREHANE PANLITEN

ASIL

Sawise nglakoni analisis, iklan layanan masyarakat ngenani *virus corona* iki telung tema, yaiku imbauan, pasemon, lan piweling. Makna kontekstual ana patang makna, yaiku makna ngimbau, makna ngajak, makna nyemoni, lan makna menahi piweling. Makna implikatur ana telung makna, yaiku ajakan, imbauan, lan piweling. Makna implikatur kasebu ngimplikasekake maksud saka makna harfiahe. Cacah metune makna implikatur kang paling akeh yaiku imbauan. Bab iki padha karo tujuan awal iklan yaiku minangka alat persuasif kanggo ngajak masyarakat ngapiki kauripan sosiale. Makna implikatur kasebut padha karo teori Grice sajrone bukune *“Logic and Conversation”* kang ngandharake yen sawijine tuturan utawa pranyatan bisa ngimplikasekake proposisi kang dudu bageyan saka tuturan utawa pranyatan kasebut.

JLENTREHANE PANLITEN

Miturut asil panliten kang wis diandharake, ing ngisor iki bakale dijlentrehake ngenani asil kang wis dianalisi. Jlentrehake kasebut kaya ing ngisor iki.



Gambar 1.1

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.1 iki nduwe makna imbauan kanggo kerja saka omah. Frasa *aku lan kowe tetep nyambut gawe soko omahe dewe* nduwe makna ngimbau kanggo kabeh masyarakat supaya tetep nglakoni gaweyane saka omah wae nalika ana prastawa *pandemi virus corona* iki. Frasa *njogo rogo, njogo nyowo, tetep kerjo* nduwe makna ngimbau masyarakat kanggo njaga ragane dhewe-dhewe supaya ora gampang lara,

saengga bisa nylametake nyawane saka kamatian amarga virus corona iki, uga isih bisa nglakoni kewajibane kanggo makarya. Saliyane kuwi, iklan gambar 1.1 uga nduwe makna ajakan supaya masyarakat kanggo kerja saka omah. Frasa *ayo kerjo soko omahe wae* nduwe makna ajakan supaya masyarakat kerja saka omah wae. Saliyane kuwi frasa *monggo sesarengan biantu pemerintah kota Surakarta ngandani, ngajari, lan sosialisasi wargo kersane waspodo* nduwe makna ngajak masyarakat mbantu pemerintah kanggo padha-padha ngimbau masyarakat liyane lan nyosialisakake ngenani *virus corona* supaya masyarakat tetep *waspada*.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.1 nduwe makna ngajak supaya masyarakat kerja saka omahe dhewe-dhewe. Yen dideleng kahanan saiki, isih akeh masyarakat kang makarya kaya padatane, tanpa manut aturan pamrentah. Mulane masyarakat diajak supaya kerja saka omah wae. Masyarakat kang diimbau kerja saka omah, kuwi uga bisa njaga kesehatane supaya ora katular dening *virus corona* iki. Saliyane kuwi, iklan iki uga nduwe makna ngajak supaya waspada tumrap *virus corona* iki.

Saengga makna implikatur iklan saka gambar 1.1 yaiku imbauan pemerintah kutha Surakarta tumrap masyarakat supaya tetep nglakoni kewajiban makarya kanthi cara kerja saka omah, lan nikelake rasa waspada tumrap *virus corona*.



Gambar 1.2

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.2 iki nduwe makna sindiran tumrap para masyarakat kang ora melu aturane pamrentah. Frasa *kanggo sing ndableg* nduwe makna piweling kanggo sapa wae sing isih ora manut karo aturan pamrentah. Frasa *jaman saiki cuman ono 3 pilihan* nduwe makna piweling kanggo masyarakat kang ndableg supaya milih uripe dewe nalika pandemi *virus corona* kaya saiki iki. Saliyane kuwi iklan iki uga nduwe makna imbauan Frasa *nang omah melu aturan pemerintah* nduwe makna ngimbau supaya dadi pilihan masyarakat sing ora ndableg yen masyarakat kuwi kudu neng omah wae, kaya aturan pamrentah. Frasa *mlebu IGD* nduwe makna nyemoni kanggo masyarakat sing ndableg bakale mlebu IGD yen ora gelem manut aturan pamrentah. Saliyane kuwi frasa *fotomu nempel neng buku Yasin* nduwe makna kanggo masyarakat sing bandel ora gelem manut aturane pamrentah bakale mati, wong yen mati fotone kuwi mesthi nakal ana ing buku Yasin.

Kanthe kontekstual, iklan saka gambar 1.2 iki nduwe makna nyemoni kanggo masyarakat kang isih bandel lan ora manut aturane pamrentah. Nalika ana wabah *virus corona* iki, isih akeh wong kang isih ora manut karo aturane pamrentah. Mulane iklan iki nyemoni wong-wong kang ora manut aturan pamrentah, kayata masyarakat bakal mlebu IDG, lan bisa uga bakal mati yen ora gelem neng omah wae.

Saengga makna implikatur gambar 1.2 yaiku imbauan Satsabharu Polres Jember tumrap masyarakat Jember kanggo melu lan manut aturan pamrentah kanthi cara tetep neng omah wae nalika anane wabah *virus corona* iki.



Gambar 1.3

Kanthe konseptual, iklan saka gambar 1.3 iki nduwe makna piwelingan supaya gage mulih menyang omah. Frasa *ndang moleh* uga nduwe makna piweling ngakon gage mulih menyang omahe dhewe-dhewe. Frasa *dipangan corona matek kooen* nduwe makna piwelingan yen masyarakat isih kluyuran bakale mati amarga kena *virus corona* sing bisa nggawe wong mati. Saliyane kuwi iklan iki uga nduwe makna imbauan waspada *virus corona*. Masyarakat diimbau manut aturan pamrentah supaya ora kluyuran. Frasa *waspada corona* minangka tandha iklan kasebut nduweni piwelingan kanggo masyarakat supaya waspada *virus corona* kanthi ora kluyuran ae.

Kanthe kontekstual, iklan saka gambar 1.3 iki nduwe makna nyemoni wong sing isih kluyuran. Miturut konteks kahanan, isih akeh masyarakat kang kluyuran utawa ora gelem ing omah wae kalebu wong-wong kang ngremehake *virus corona* iki. Frasa *dipangan corona matek kooen* nduwe makna nyemoni tumrap wong-wong sing isih kluyuran bakale mati merga kena *virus corona*.

Saengga makna implikatur saka gambar 1.3 yaiku imbauan supaya ora kluyuran utawa nglakoni kagiyatan sing ana sajabané omah kanthi cara gage mulih menyang omah yen wis ora ana kagiyatan kang kudu dilakoni ing sajabané omah supaya.



Gambar 1.4

Kanthe konseptual, iklan gambar 1.4 nduwe makna ajakan supaya masyarakat bareng-bareng njaga daerah. Frasa *ayo lur...* nduwe makna ajakan kanggo dulur-dulur kabeh kang ana ing daerah kabupaten Madiun. Frasa *jogo kesehatan & joga jarak* nduwe makna ajakan supaya masyarakat padha njaga kesehatane lan njaga jarak yen lagi nglakoni kagiyatan sing rame-rame, saora-orane sameter. Frasa *pangghah nang omah wae nek mung dolan* nduwe makna ngimbau supaya masyarakat kuwi neng omah wae, ora perlu dolan utawa kumpul-kumpul, amarga isih akeh wong enom-enom kang isih dolan utawa kumpul-kumpul ing warung nalika ana kahanan wabah *virus corona* iki. Saliyane kuwi uga nduwe makna menahi piweling supaya ora mlebu dhaerah kabupaten Madiun, yen nekat kudu manut aturan pamrentah. Frasa *sing duwe dulur, konco luar kota dikabari ojo mrene dhisik* nduwe makna menahi piweling supaya masyarakat Kabupaten Madiun kang nduwe dulur, kanca sing neng luar Madiun ngandhani yen ojo mulih utawa mudik dhisik. Saliyane kuwi, frasa *nek mrene, lapor kades/lurah (Posko Pencegahan Covid-19) lan wajib nang omah 14 dino (Isolasi diri)* nduwe makna ngimbau kanggo wong-wong kang saka luar Kabupaten Madiun isih nekat mlebu Kabupaten Madiun, wong-wong kasebut kudu melu aturan pamrentah yaiku kanthi cara wajib lapor lurah/kades kang diparani banjur kudu gelem isolasi diri utawa neng omah dewe sasuwene 14 dina, ora entuk metu saka omah, apa maneh kumpul-kumpul.

Kanthe kontekstual, iklan gambar 1.4 nduwe makna ngimbau masyarakat supaya padha njaga Kabupaten Madiun kanthi bareng-bareng saka *virus corona* iki. Yen dideleng saka kahanan saiki, isih akeh masyarakat kang durung sadar anggoné njaga kesehatan lan njaga jarak. Mula pamrentah Kabupaten Madiun ngimbau supaya ayo padha njaga Madiun dewe iki saka *virus corona*. Pamrentah uga uwis nggawe aturan-aturan supaya masyarakat Kabupaten Madiun bisa njaga kesehatan lan njaga jarak. Banjur masyarakat Kabupaten dhewe kang kudu nduwe kesadaran ngenani wigatine njaga kesehatan lan njaga jarak.

Saengga makna implikatur saka gambar 1.4 yaiku imbauan Bupati Madiun kanggo masyarakat Kabupaten Madiun supaya njaga Kabupaten Madiun iki saka wabah *virus corona* kanthi cara njaga kesehatan lan njaga jarak. Saliyane kuwi, imbauan Bupati Madiun kanggo masyarakat Kabupaten Madiun supaya manut karo aturan pamrentah kanthi cara tetep neng omah wae, ngandhani dulur-dulur

sing ana njaba Kabupaten Madiun ora mulih dhisik, yen isih nekat mulih, wong kasebut kudu lapor pihak lurah/kades lan wajib isolasi mandiri sasuwene 14 dina.



Gambar 1.5

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.5 nduwe makna piweling kanggo masyarakat kang ana neng perantauan, diweling supaya ora mulih. Piwelingan mudik utawa balik desa nalika ana wabah *virus corona* iki njalari masyarakat desa Lebakayu bisa ketularan *virus corona*. Frasa *kanggo dulur-dulur sing neng perantauan ojo mudik disik / balik neng Desa Lebakayu* nduwe makna piweling kanggo masyarakat asli Desa Lebak Ayu nanging isih ana neng perantauan aja mulih dhisik utawa balik menyang desa dhisik. Frasa *mesakno mbahmu, bapak ibumu, adikmu lan dulurmu* nduwe makna piweling supaya nduwe rasa mesakne wong tuwa utawa kaluwarga kang ana ing desa. Masyarakat desa kang durung ketular *virus corona* bisa wae ketular amarga nampa wong-wong kang mudik utawa balik menyang desa. Frasa *Perhatikan* nduwe makna piweling kang teges, supaya wong-wong padha nggatekake apa kang dadi aturan pamrentah desa Lebakayu. Saliyane kuwi iklan iki nduwe makna imbauan kanggo wong kang ana ing perantauan. Imbauan kanggo njagani yen ana wong-wong kang isih nekat mulih utawa balik desa. Frasa *nek sampean nekat muleh neng kampung mengko gowo oleh-oleh corona* nduwe makna nyemoni yen wong-wong sing ana perantauan nekat mulih neng kampung, bakale nggawa oleh-oleh *virus corona*. Sejatine tembung oleh-oleh nduwe makna *denotasi*, bisa jajan utawa barang liyane, nanging oleh-oleh sajrone frasa iki nduwe makna *konotasi* yaiku penyakit corona. Frasa *nek isek nekat muleh, wajib dikarantina 14 dina neng Sdn Lebakayu* nduwe makna piweling kanggo wong-wong perantauan kang isih nekat mudik utawa balik desa kudu gelem nglakoni karantina sasuwene 14 dina neng Sdn Lebakayu. Piwelingan iki kanggo masthekake yen wong-wong perantauan kuwi ora kena *virus corona* saengga ora bisa nularake *virus corona* kanggo kaluwarga lan masyarakat Desa Lebakayu.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.5 iki nduwe makna ngimbau supaya masyarakat kang ana neng perantauan ora nglakoni mudhik utawa balik menyang desa. Yen dideleng saka kahanan saiki, isih akeh masyarakat

kang ana ing perantauan milih pilihan kanggo mudhik utawa balik desa wae nalika ana wabah *virus corona* iki. Masyarakat desa kang nduwe niat kanggo golek panguripan ing kutha, nanging amarga ana *virus corona* iki njalari ora oleh kerja, oleh kerja nanging saka omah. Kahanan kaya mangkene jalari masyarakat kang ana ing perantauan ora bisa ngasilake dhuwit kanggo kabutuhan uripe, banjur milih mudik utawa balik desa wae. Mulane pamrentah meneni imbauan kanggo masyarakat kang ana ing perantauan luwih becik ora mudhik dhisik utawa balik desa, mesakne masyarakat desa kang durung ana sing ketular *virus corona* bisa wae ketular *virus corona* amarga nampa dulur-dulure sing ana ing perantauan mudhik utawa balik desa. Yen nekat, mula kudu gelem diisolasi neng panggon kang wis disiapake dening pamrentah desa. Saengga para masyarakat kang saka perantauan kuwi mau ora langsung kumpul karo masyarakat desa.

Saengga makna implikatur saka iklan gambar 1.5 yaiku imbauan pamrentah Desa Lebakayu kanggo masyarakat kang ana ing perantauan supaya ora nglakoni mudhik dhisik utawa balik desa menyang Desa Lebakayu. Masyarakat kasebut kudu nduwe rasa welas marang kaluwarga lan masyarakat desa supaya ora katular *virus corona*. Yen ana kang isih nekat uga kudu manut aturan pamrentah Desa Lebakayu kanthi cara kudu gelem diisolasi neng Sdn Lebakayu. sasuwene 14 dina.



Gambar 1.6

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.6 iki nduwe makna imbauan ngenani panyebabe *virus corona* bisa nular. *Virus corona* iki kalebu penyakit kang kanthi gampang ditularake dening kagiyatan manungsa. Frasa *batuk, wahing* nduwe makna yen wong wong watuk lan pilek banjur gebres utawa wahing iku bisa nularake *virus corona*. Frasa *salaman* nduwe makna yen ana wong sing sing wis kena *virus corona* banjur nglakoni salaman karo wong sing durung kena *virus corona*, mula bisa wae katular *virus corona* liwat salaman kasebut. Frasa *nyekel barang sing terinfeksi* nduwe makna yen ana wong sing wis kena *virus corona* banjur nyekel sawijine barang, mula barang kasebut barang kang terinfeksi. Banjur yen ana wong liya nyekel barang sing terinfeksi kasebut, bisa wae ketular *virus corona*. Frasa *kontak fisik karo kewan sing terinfeksi* nduwe makna yen ana kewan sing bisa nularake utawa sing terinfeksi *virus corona* banjur ora sengaja kecekel utawa kedemek dening manungsa, mula manungsa kasebut bisa wae katular *virus corona*.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.6 iki nduwe makna piweling supaya ora nglakoni tumindak-

tumindak kang bisa njalari ketular *virus corona*. Yen dideleng saka kahanan saiki, isih akeh masyarakat sing ora nggatekake tumindak-tumindak kang bisa njalari ketular *virus corona*. Masyarakat isih akeh sing nganggep lumrah yen ana wong watuk lan wahing, kamangka watuk lan wahing bisa wae nularake *virus corona*. Saliyane kuwi masyarakat uga isih kerep salaman karo liyane, kamangka ora padha ngertine tangane kang dienggo salaman kuwi mau resiko apa durung, sawise nyekel barang apa wae. Mulane masyarakat kudu bisa njaga tumindake dewe supaya ora bisa ketular dening *virus corona* sing bisa njalari mati iki.

Saengga makna implikatur saka gambar 1.6 iki yaiku imbauan ngenani tumindak apa wae kang bisa njalari katular *virus corona* banjur bisa nggatekake tumindak kanggo njaga dhiri saka *virus corona*. Tumindak iki bisa dilakoni kanthi cara ora cedhak-cedhak karo wong kang lagi watuk lan wahing, ora perlu salaman nganggo tangan langsung dhisik, ora sering nyekel barang-barang sing ana ing panggon umum, lan ora nyekel kewan-kewan sing bisa nularake *virus corona*.



Gambar 1.7

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.7 iki nduwe makna ajakan neng omah wae. Nalika kahanan ana wabah *virus corona* iki, kabeh dijuluk neng omah wae. Frasa *mangga sami wonten dalemipun piyambak-piyambak* nduwe makna ajakan supaya kabeh padha neng omahe dewe-dewe wae. kabeh diajak nglakoni tumindake ing omah wae, yen ora perlu banget, ora usah metu saka omah. Frasa *menawi kencing tandha-tandha ing nginggil, kasuwun enggal-enggal priksa ing dokter utwa panti husada ingkang cinaket* nduwe makna imbauan kanggo wong-wong sing kena tandha-tandha *virus corona* kaya sing wis diandharake, mula kudu gage priksa menyang dokter utawa rumahsakit supata gage entuk pangobatan, lan ora nganti positip *virus corona*.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.7 iki nduwe makna ngimbau supaya neng omah wae. Dideleng saka kahanan nalika ana wabah *virus corona* iki sing gampang banget anggone nular, saengga *virus corona* mbebayani banget bisa njalari wong mati. Yen ora ana babagan kang wigati banget, ora prelu metu saka omah, supaya ora katular dening *virus corona*. Saliyane kuwi iklan iki uga ngimbau ngenani tandha-tandha yen kena penyakit

virus corona iki, cara-carane anggone *virus corona* bisa nular, lan upaya pancegahan *virus corona*.

Saengga makna implikatur iklan saka gambar 1.7 yaiku imbauan pamrentah supaya ora katular *virus corona* kanthi cara neng omah wae, ora metu saka omah yen ora ana babagan kang wigati. Saliyane kuwi, imbauan pamrentah supaya yen ngrasakake tandha-tandha kena penyakit *virus corona* kanthi cara priksa menyang dhokter utawa rumahsakit kang cedhak.



Gambar 1.8

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.8 iki nduwe makna imbauan ngenani tatacara njaga awake dhewe lan kaluwarga saka *virus corona*. Wigatine njaga awake dhewe lan kaluwarga iki bisa ditindakake supaya ora gampang ketular dening *virus corona* iki. Frasa *wisuh tangan* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya sregep wisuh tangan nganti resiko lan asring wisuh tangan. Frasa *aja nyekel rupamu* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya ora sering-sering ndemek raine dhewe, kayata irung, mata, lan lambe apa maneh kanthi kahanan tangan kang ora resiko. Frasa *sak meter* makna imbauan kanggo masyarakat supaya ora angger lungguh dhempet-dhempetan wae nalika nglumpuk, kudu njaga jarak yen lungguh karo liyane, diwenehi jarak saora-orane sameter. Frasa *nggaweo masker* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat yen lagi nandang lara kaya watuk lan pilek. Yen watuk kudu ditutupi nanging tangan, yen wahing bisa ditutupi nganggo bageyan njero lengan. Frasa *meneng ndek omah ae* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya aja lunga menyang ngendi-endi yen ora wigati banget.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.8 nduwe makna ngajak masyarakat nindakake tatacara supaya ora bisa katular dening *virus corona*. Dideleng kahanan saiki, isih akeh masyarakat sing durung ngerteni kanthi cetha kepriye tatarane supaya ora katular *virus corona* iki. Akeh tumindak kang bisa dilakoni kanggo njaga awake dewe lan dulur-dulure dewe kanthi mandhiri ing omahe dhewe-dhewe.

Saengga makna implikatur iklan saka gambar 1.8 yaiku imbauan kanggo masyarakat supaya bisa nindakake tatacara njaga awake dhewe lan dulur-dulur saka *virus*

corona kanthi cara sregep wisuh, ora sering nyekel rupane dhewe-dhewe, njaga jarak, nganggo masker, lan neng omah wae.



Gambar 1.9

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.9 iki nduwe makna imbauan kanggo menging panyebaran *virus corona*. Tatacara menging panyebaran *virus corona* iki wigate banget tumrap masyarakat, awit mbebayanane *virus corona* iki sing bisa gawe wong mati. Frasa *menging virus corona covid-19* iki nduwe makna imbauan ngenani tatacara menging panyebaran *virus corona* supaya ora bisa nularake tumrap awake dhewe. Saliyane kuwi uga nduwe makna piweling kanggo nglakoni tumindak-tumindak kang bisa menging panyebaran *virus corona*. Frasa *wijik sederhana lan sawise aktivitas!* Nduwe makna piweling kanggo masyarakat supaya tangane diwisuhi sadurunge lan sawise nglakoni kagiyatan. *Virus-virus* kang ana ing tangan iki bisa ilang yen manungsa sregep ngwijiki tangane. Saliyane iku frasa jaga jarak karo wong liya nduwe makna piweling kanggo manungsa supaya bisa njaga jarak yen lagi kumpul karo liyan. Jarak kang kudu dijaga saora-orane sameter.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.9 iki nduwe makna ngajak masyarakat kanggo nglakoni kagiyatan-kagiyatan kang bisa menging panyebaran *virus corona*. Dideleng kahanan saiki, soyo akehe manungsa kang nandang penyakit *corona*, mula manungsa uga kudu luwih nggatekake kagiyatan-kagiyatan kang bisa menging panyebaran *virus corona*. Kagiyatan-kagiyatan kasebut bisa dilakoni dening kabeh manungsa lan gampang banget dicakake.

Saengga makna implikatur iklan saka gambar 1.9 yaiku imbauan kanggo masyarakat supaya nglakoni kagiyatan-kagiyatan kang bisa menging panyebaran *virus corona* kanthi cara sregep wijik sadurunge lan sawise nglakoni kagiyatan sarta njaga jarak saora-orane sameter nalika lagi karo wong liyan.



Gambar 1.10

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.10 iki nduwe makna imbauan ngenani penyakit kang dijajari *virus corona*. Awit diandharake pangertene, gejala-gejala yen kena *virus corona*, banjur carane nyegah penyakit *virus corona* iki. Frasa *asring ngumbah tangan nganggo sabun* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya sregep wisuh nganggo sabun. Frasa *gunakake masker nalika watuk lan pilek* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya nggunakake masker nalika watuk lan pilek. Frasa *sregep olahraga lan ngaso cukup* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya sregepe anggone olahraga lan nyukupake anggone ngaso supaya bisa nikelake *imunitas* awak, saengga ora gampang kena penyakit, utamana penyakit *virus corona* iki. Frasa *aja mangan daging sing durung dimasak* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya ora mangan daging kang isih entah, mula daging kudu dimasak luwih dhisik, uga bisa masyarakat mangan sayur-sayuran kang nduweni *gizi* luwih apik.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.10 iki nduwe makna piweling kanggo masyarakat supaya bisa nyegah panyebaran *virus corona*. Kahanan nalika ana wabah *virus corona* iki masyarakat kudu ngerti apa wae kang kudu dilakoni utawa ora entuk dilakoni. Kagiyatan kang kudu dilakoni kayata sregep wisuh, nganggo masker, sregep olahraga, lan ngaso kang cukup. Dene kang ora entuk dilakoni yaiku ora entuk mangan daging kang durung dimasak.

Saengga makna implikatur iklan saka gambar 1.10 yaiku imbauan kanggo masyarakat ngenani penyakit *virus corona*, awit tandha-tandha gejala *virus corona* lan carane nyegah panyebaran *virus corona* kanthi cara kagiyatan-kagiyatan sregep wisuh, nganggo masker nalika nandang lara, ora mangan ndaging kang durung mateng, sregep olahraga, lan ngaso kang cukup.



Gambar 1.11

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.11 iki nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya ora mulih menyang desa. Frasa *undur mulih diseke yo reek* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya mundur anggone mulih menyang desa, mulihe menyang desa mbesuk wae yen kahanan wis aman saka *virus corona*. Frasa *tresna kaluwarga lan sedulur ing pekarangan* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya nresnani kaluwarga lan dulur-dulur sing ana ing desa, supaya ora katular dening *virus corona* iki. Frasa *jogo jarak* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat supaya njaga jarak yen lagi karo wong liya, saora-orane sameter. Frasa *ojo nggrombol* nduwe makna imbauan supaya masyarakat ora nglakoni kagiyatan klompok-klompok kang bisa ndadakake masyarakat nggrombol dadi siji. Frasa *wijik tangan seng resik* nduwe makna imbauan supaya masyarakat sregep wijik tangan kanthi resik nganggo sabun. Sarta frasa *nok omah wae* nduwe makna imbauan supaya masyarakat kuwi neng omah wae, ora prelu metu omah yen ora ana babagan kang wigati.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.11 iki nduwe makna nyemoni masyarakat sing mulih menyang desa, taun wingi yen mulih desa nggawa karton, nanging yen saiki mulih nggawa virus. Dideleng saka kahanan saiki, *virus corona* akeh nyebar ing kutha-kutha gedhe. Nalika ana wong saka kutha mulih menyang ndesa, iku bakale nggawa virus corona lan bakale nularake marang masyarakat desa liyane.

Saengga makna implikatur iklan saka gambar 1.11 yaiku imbauan Humas Polsek Kedamean kanggo masyarakat supaya ora mulih dhisik menyang desa, ngesakne kaluwarga lan dulur-dulur kang ana ing desa yen tetep nekat mulih. Mula yen tresna kaluwarga ing desa, kudu gelem neng omah wae kanthi cara sregep wisuh, jaga jarak, lan ora nggrombol wae.



Gambar 1.12

Kanthi konseptual, iklan saka gambar 1.12 nduwe makna piweling kanggo masyarakat supaya ora nganti mudhik neng desa dhisik. Frasa *wes tak wanti-wanti ojo nganti mudik nanging yen panggah ngeyel* *wes tak siapno kamar kanggo isolasi neng SMPN 3 Kalidawir* nduwe makna piweling kanggo masyarakat sing isih nekat mudhik menyang desa, bakale diisolasi luwih dhisik ing SMPN Kalidawir. Frasa *mula pendingen diseke sampek situasi aman* nduwe makna imbauan kanggo masyarakat kanggo mundur anggone mudhik nganti kahanan aman saka *virus corona* iki. Frasa *jogonen keluarga, koncomu, tonggomu, dulurmu, pacarmu* nduwe makna imbauan supaya masyarakat kutha ora mudhik dhisik kanggo njaga kaluwarga saka panyebaran *virus corona*.

Kanthi kontekstual, iklan saka gambar 1.12 nduwe makna ngimbau masyarakat supaya mundur anggone mudhik menyang desa, yen pancen pengen njaga kaluwarga lan wong-wong desa saka *virus corona*. Dideleng kahanan saiki, masyarakat isih akeh sing mudhik menyang ndesa. Kamangka yen tresna kaluwarga kudune ora prelu mudhik dhisik, njagani kaluwarga saka *virus corona* kanthi cara ora mudhik kuwi cara kang paling becik. Saengga masyarakat kutha ora bisa nularake *virus corona* marang masyarakat desa.

Saengga makna implikatur iklan saka gambar 1.12 yaiku imbauana pamrentah Desa Joho Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung kanggo masyarakat supaya njaga kaluwarga, lan wong-wong kang ditresnani saka virus corona kanthi cara ora prelu mudhik dhisik nganti kahanan kang aman saka *virus corona*.



Gambar 1.13

Kantheni konseptual, iklan saka gambar 1.13 nduwe makna piweling supaya masyarakat ora mudik. Frasa *ojo mudik!* nduwe makna piweling supaya masyarakat ora nglakoni mudhik kanggo nemoni kaluwargane kang ana ing desa. Frasa *ojo mulih kampung lur !!!* nduwe makna supaya masyarakat ora nglakoni kagiyatan mulih saka kutha menyang kampung desa. Frasa *sayango wong tuo lan keluarga karo kampung halamanmu* nduwe makna piweling supaya nresnani wong tuwa lan kaluarga kang ana ing desa saka virus corona, saengga wong ing desa ora bisa katular dening *virus corona*.

Kantheni kontekstual, iklan saka gambar 1.13 iki nduwe makna ngimbau masyarakat ora mudhik utawa mulih kampung. Yen dideleng saka kahanan saiki, isih akeh masyarakat kang isih nekat kanggo mudhik utawa mulih kampung. Kamangka masyarakat kasebut ora ngerti yen dheweke nggawa *virus corona* utawa ora. Masyarakat kasebut mung pengen mudhik wae, tanpa nduwe rasa welas kepriye yen masyarakat desa katular amarga tekan dheweke ing desa kuwi.

Saengga makna implikatur iklan saka gambar 1.13 yaiku imbauan pamrentah Desa Kedungrejo kanggo nyegah panyebaran *virus corona*, masyarakat supaya sayang lan tresna wong tuwa lan kaluarga sing ana ing desa kantheni cara ora nglakoni kagiyatan mudhik utawa mulih kampung.

DUDUTAN

Miturut asil analisis dhata lan jlentrehane panliten ngenani makna konseptual, makna kontekstual, lan makna implikatur iklan layanan masyarakat ngenani virus corona, mula bisa didudut kaya ing ngisor iki:

- (1) Makna konseptual sajrone iklan layanan masyarakat ngenani *virus corona* ana telung macem, yaiku imbauan, pasemon, lan piweling,
- (2) Makna kontekstual sajrone iklan layanan masyarakat ngenani *virus corona* ana patang macem, yaiku makna ngajak, makna ngimbau, makna nyemoni, lan makna menahi piweling,
- (3) Makna implikatur sajrone iklan layanan masyarakat ngenani *virus corona* ana telung macem yaik ajakan, imbauan, lan piweling.

PAMRAYOGA

Panliten iki pancen isih durung sampurna, isih akeh salahe kang disengaja lan ora disengaja. Mula saka

kuwi dikarepake panliten sabanjure bisa luwih sampurna saka panliten iki. Panliten iki dikarepake bisa awèh daya pangaribawa tumrap panliten sabanjure kang padha nliti babagan makna implikatur iklan layanan masyarakat kantheni topik kang beda.

KAPUSTAKAN

- Achmad, & Abdullah, A. 2013. *Linguistik Umum*. Jakarta : Erlangga
- Basir, Udjang Pr. M. 2016. *Sosiolinguistik: Pengantar Kajian Tindak Berbahasa*. Surabaya: Penerbit Bintang Surabaya
- Grice, H. Paul. 1975. *Logic and Conversation dalam Davis S; Pragmatics: A Reader*. New York: Oxford University Press

https://www.google.com/search?q=2+contoh+iklan+bahasa+jawa+tentang+corona+oriflame+tentang+kesehatan&safe=strict&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjElaaGgaTpAhVU63MBHSNcDO0Q_AUoAXoECAsQAw&biw=1366&bih=618#imgsrc=rsDSAFJKblxdpM&imgdii=-mnVpxoiQFN0vM (diakses 8 Mei 2020 12:07)

<https://www.google.com/search?q=desa+joho+kalidawir+mudik&tbm=isch&ved=2ahUKEwC7-PpGaTpAhWILcAHV7kDkUQ2-cCegQIABAA#imgsrc=8CjRZkZs1qSwhM> (diakses 8 Mei 2020 12:20)

https://www.google.com/search?q=hay+kulon+progo+corona&tbm=isch&ved=2ahUKEwjvt_Ls_qPpAhXMGXIKHRQCB0Q2-cCegQIABAA&oq=hay+kulon+progo+corona&gs_lcp=CgNpbWcQA1DLVYjFbWCIB2gAcAB4AIA6QaIAdcYkgELMi0xLjEuMS4yLjGYAQCgAQGqAQmd3Mtd2l6LWltZw&sclient=img&ei=aCu1Xu_jl8zyzAOUhJDoAw&bih=618&biw=1366&safe=strict#imgsrc=snNRZ21zqEwnKM (diakses 2 April 2020 20:57)

https://www.google.com/search?q=kलयuran+ae+rek&tbm=isch&ved=2ahUKEwibx5KIIPfoAhWXGXIKHVEeCc4Q2-cCegQIABAA&oq=kलयuran+ae+rek&gs_lcp=CgNpbWcQAzoCCAA6BQgAEIMBOgQIABAD0gYIABAFEB46BgAEAoQGFCs3gtYmvglYMz6C2gAcAB4AIAABnwKIAZkSkgEGMS4xMi4ymAEAoAEbqgELZ3dzLXdpei1pbWc&sclient=img&ei=2qmdXpvyJ5ezyAPRvKTWDA#imgsrc=LJ8e2UT43qGpHM (diakses 20 April 2020 21:02)

https://www.google.com/search?q=polres+gresik+pasang+spanduk&safe=strict&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiz-Zy1gaTpAhV3xjgGHV4CCtAQ_AUoAXoECAsQAw&biw=1366&bih=618#imgsrc=kKfnjiJKWUYNJM (diakses 8 Mei 2020 12:18)

https://www.google.com/search?q=polres+jember+corona&tbm=isch&ved=2ahUKEwibx5KIIPfoAhWXGXIKHVEeCc4Q2-cCegQIABAA&oq=polres+jember+corona&gs_lcp=CgNpbWcQAziECAAQEZiICAAQBRAeEBMyCAgAEAUQHhATMggIABAIEB4QEziICAAQCBAeEBM6AggAOgUIABCDAToGCAAQBRAeOgQIABAeOgYIABAeEBNqk78JWJjmCWD55wloAHAAeACAAb0CiAGdGZIBCDauMTcuMi4xmAEAOAEbqgELZ3dzLXdpei1pbWc&sclient=img&ei=2

[gmdXpvyJ5ezyAPRvKTWDA#imgrc=m5_WjivJewUc3M](https://www.google.com/search?q=poster%20unik%20imban%20mencegah%20penyebaran%20virus%20corona%20dengan%20bahasa%20daerah&tbm=isch&saf=strict&safe=strict&tbs=rimg%3ACZaElk_161FCKImDMu-ZOYjqADtUC4sL5TFsblJyS8GECgNg0Q6Rs7FkDYDQ47ZfttMo-RHQvbsRjPJy9wbJZrghB9yb_10XK-jZx4OKwk-GuNo1nam9oF3G3V5UU8hshA_1S77Vvk3KWokxhQqEgnMu-ZOYjqADhEfcps_1z8C1XSoSCdUC4sL5TFsbEWSyuyRk9Zl1KhIJyS8GECgNgRLw6vgu_1cTwIqEgk0Q6Rs7FkDYBGgWE9xrZsr0ioSCTQ47ZfttMo-EbDnRBOC5JXMKhIJRHQvbsRjPJwR4SgiN-F1PEoqEgm9wbJZrghB9xEDlpzQDxpK9yoSCSb_10XK-jZx4ERulCjr0a0FyKhIJOKwk-GuNo1kRzd9XLRyCbl8qEgnam9oF3G3V5RHS4owbT4uqvioSCUU8hshA_1S77EQqr5PybuQGJKhIJVvk3KWokxhQRNMRYp2qE_1phhw2TFcgzFi14&hl=id&ved=0CAIQrnZqFwoTCIDCna79o-kCFQAAAAAdAAAAABAL&biw=1349&bih=667#imgrc=m8Rc_drutGyouM) (diakses 7 April 2020 09:22)

https://www.google.com/search?q=poster%20unik%20imban%20mencegah%20penyebaran%20virus%20corona%20dengan%20bahasa%20daerah&tbm=isch&saf=strict&safe=strict&tbs=rimg%3ACZaElk_161FCKImDMu-ZOYjqADtUC4sL5TFsblJyS8GECgNg0Q6Rs7FkDYDQ47ZfttMo-RHQvbsRjPJy9wbJZrghB9yb_10XK-jZx4OKwk-GuNo1nam9oF3G3V5UU8hshA_1S77Vvk3KWokxhQqEgnMu-ZOYjqADhEfcps_1z8C1XSoSCdUC4sL5TFsbEWSyuyRk9Zl1KhIJyS8GECgNgRLw6vgu_1cTwIqEgk0Q6Rs7FkDYBGgWE9xrZsr0ioSCTQ47ZfttMo-EbDnRBOC5JXMKhIJRHQvbsRjPJwR4SgiN-F1PEoqEgm9wbJZrghB9xEDlpzQDxpK9yoSCSb_10XK-jZx4ERulCjr0a0FyKhIJOKwk-GuNo1kRzd9XLRyCbl8qEgnam9oF3G3V5RHS4owbT4uqvioSCUU8hshA_1S77EQqr5PybuQGJKhIJVvk3KWokxhQRNMRYp2qE_1phhw2TFcgzFi14&hl=id&ved=0CAIQrnZqFwoTCIDCna79o-kCFQAAAAAdAAAAABAL&biw=1349&bih=667#imgrc=m8Rc_drutGyouM (diakses 8 Mei 2020 12:15)

https://www.google.com/search?q=solo+siapkan+rumah+saat+kit+khusus+untuk+tangani+pasien+covid&tbm=isch&ved=2ahUKEwjLq8j0k_foAhXbGXIKHf7ZA04Q_2-cCegQIABAA#imgrc=IRMuVMbEfRMBkM (diakses 7 April 2020 09:18)

- Kridalaksana, H. 1999. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum
- Lee, M., & Johnson, Carla. 2011. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global (diterjemahkan oleh Munandar, Haris & Dudi Priatna)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Leech, G. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Margono, S. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis*. Yogyakarta: Tiara Kencana
- Oka dan Suparno. 1994. *Linguistik Umum*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan
- Pujianto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Soemarmo, Marmo. 1988. *Pragmatik dan Perkembangan Mutakhirnya*. Jakarta: Lembaga Bahasa Atma Jaya
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Surana. 2017. *Aspek Sociolinguistik dalam Stiker Humor*. Lokabasa: Upi Bandung
- Suwandi, S. 2008. *Semantik: Pengantar Kajian Makna*. Yogyakarta: Media Perkasa
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book
- Yule, G. 2014. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Zamzani. 2007. *Kajian Sociopragmatik*. Yogyakarta: Cipta Pustaka