

Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk pada *Media Online*: Teks Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat tentang Covid-19

Abd. Syakur¹, Sumarlam²

^{1,2} Program Studi S3 Ilmu Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami no 36 Kentingan Surakarta

¹ STKIP PGRI Sidoarjo, Jl. Kemiri Sidoarjo Jawa Timur,

Email: syakurabdmpd@g.mail.com, sumarlam@staff.uns.ac.id

Abstract: *This study is a qualitative-research in the field of linguistic studies. The purpose of this study is to analyze Public Service Advertisements (PSA) carried out by the government for promotional activities of a recommendation through online media advertisements to the public about Covid-19. The research focuses on the meaning contained in online media: PSA text which includes setting, details, intent and perception. This study uses reference to the theory of critical discourse analysis of TeunA. Van Dijk to analyze several phenomena, elaborating them into a single unit so as to reveal a meaning in the discourse. Researchers are interested in critiquing ILM photos in terms of meaning as a data source. since the beginning of the pandemic until now on the Ministry of Health website. Data analysis techniques are grouping relevant loops. The results are documenting PSAs on health protocols, washing hands, wearing masks, social distancing and prevention of the covid-19 virus. Data reduction is choosing relevant data that there is an online media for the Ministry of Health Promkes. The result is that PSAs become an object of knowledge, the purpose of the advertisement is as an appeal, the content of the language advertisement is very balanced in facilitating public understanding in interpreting it. fsir and broad, alternative alignments in the development of PSAs in online media, strengthen the background content for community engagement, detailing the meaning that contains ways and perceptions that contain the impact of the importance of implementing health protocols.*

Keywords: *Online Media, Public Service Advertising, Critical Discourse Analysis*

Abstrak: Penelitian ini yaitu Penelitian kualitatif dalam bidang kajian linguistik. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Iklan layanan masyarakat (ILM) dilaksanakan oleh pemerintah untuk aktivitas promosi sebuah anjuran lewat iklan media *online* pada masyarakat tentang Covid-19. Penelitian berfokus pada makna yang terkandung dalam *media online*: teks ILM yang meliputi latar, detail, maksud dan peranggapan. Penelitian ini merujuk pada teori analisis wacana kritis TeunA. VanDijk untuk menganalisis beberapa fenomena, mengelaborasi menjadi satu kesatuan sehingga mengungkapkan suatu makna dalam wacana. Peneliti tertarik untuk mengkritisi foto ILM ditinjau dari segi makna sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dari *flyers e-banner* sejak awal pandemi sampai saat ini yang ada dilaman Kemenkes. Teknik analisis data yaitu mengelompokkan iklan yang relevan. Hasil yaitu mendokumentasi ILM tentang protokol kesehatan, mencuci tangan, memakai masker, *social distancing* dan pencegahan virus covid-19. Reduksi data yaitu memilih data relevan yang ada *media online* Promkes Kemenkes. Hasilnya bahwa ILM menjadi satu objek pengetahuan, tujuan iklan tersebut sebagai himbuan, Konten dari iklan bahasanya sangat berimbang dalam mempermudah pemahaman masyarakat dalam memaknainya. Kesimpulan diperoleh semua iklan yang relevan dalam laman Kemenkes mengandung makna yang multi tafsir dan luas, alternatif penyelarasan dalam pengembangan ILM di *media online*, menguatkan isi latar untuk himbuan masyarakat, mendetailkan makna yang berisi cara dan peranggapan yang mengandung dampak dari pentingnya penerapan Protokol kesehatan.

Kata Kunci: Media Online, Iklan Layanan Masyarakat, Analisis Wacana Kritis

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih membuat media menjadi sangat beragam, sehingga media dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Kemajuan media pada era ini dibagi tiga kelompok yang diantaranya : suara (*audio*), gambar dan atau teks (*visual*), serta gabungan dari keduanya yang disebut (*audio visual*) dan berkembang di dalam dunia nyata pada saat ini yang disebut dengan media online berupa iklan (Dhofir, 2013; Sumarlam, 2003). Iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan upaya menyampaikan informasi yang berisi ajakan dan pendidikan kepada khalayak ramai (Anggraini et al., 2019; Fatni et al., 2015; Suwardi et al., 2019). Wacana iklan layanan kesehatan masyarakat memiliki kekhasan yang spesifik pada era Covid-19 saat ini. Penelitian mengenai iklan layanan kesehatan masyarakat perlu dilakukan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis wacana kritis yang dikemukakan oleh Teun A. Van Dijk. Teori ini merupakan alat bedah yang digunakan untuk mengungkapkan makna yang tersembunyi dari balik wacana yang terdapat dalam struktur mikro Teun A. Van Dijk. Struktur mikro dalam teori Van Dijk ini sangat luas, namun pada penelitian ini difokuskan hanya pada meliputi elemen latar, detail, maksud dan praanggapan yang dapat menjelaskan makna yang terdapat pada iklan layanan kesehatan masyarakat tentang covid 19 (Farid, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa iklan layanan masyarakat memuat informasi, himbauan, larangan dan peringatan, taati aturan lalu lintas, pencegahan kebakaran hutan menjadi sumber referensi di kelas 3 SMP (Yunita Anggraini, 2020). Penelitian yang lain memberikan simpulan bahwa ada keterlibatan beberapa elemen wacana kritis Van Dijk pada surat kabar republika memberikan sebuah hal yang berdampak besar dalam makna dan keberanggapan, pada penelitian ini tentunya sangat berbeda dari penelitian terkemuka sebelumnya peneliti memiliki pandangan dalam memilih sumber analisis dengan menggunakan teori Teun A. Van Dijk (Humaira, 2018). Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan urgensinya dibutuhkan oleh kalangan masyarakat luas tentang iklan layanan kesehatan masyarakat tentang makna protokol kesehatan, mencuci tangan, memakai masker, *Sosial Distancing* dan pencegahan virus covid-19.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang merujuk pada pendapat Sugiono (2010) yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post-positivisme* atau *enterpretatif* yang diaplikasikan pada kondisi obyek yang alamiah. Peneliti berperan sebagai instrumen fundamental. Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan dengan model teknik analisis wacana Teun A Van Dijk. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk studi teks dan dokumentasi. Jenis penelitian studi teks dan dokumentasi merupakan lingkup penelitian kualitatif yang merupakan kajian yang menitik beratkan pada analisis atau interpretasi bahan tertulis berdasarkan konteksnya. Karakteristik penelitian ini *bersifat alamiah*: penelitian yang dilakukan tanpa ada perlakuan pada sumber data dan menjaga data pada situasi alami. *Penelitian ini bersifat induktif*: penelitian ini tidak menguji hipotesis yang dirumuskan sebelumnya, tetapi menarik kesimpulan berdasarkan hasil telaah terhadap data (Sugiyono, 2010).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto, *flyers e-benner* yang ada di media online terpercaya <https://promkes.kemkes.go.id/> dimana laman ini mengutamakan Iklan layanan masyarakat (ILM) tentang semua aspek, namun peneliti membatasi hanya tentang protokol kesehatan, mencuci tangan, memakai masker, *sosial distancing* dan pencegahan virus covid-19. Sumber datanya yaitu Iklan layanan masyarakat (ILM) ditentukan oleh kualitas data (yang representatif dan menyeluruh), bukan ditentukan oleh banyaknya data. Dokumentasi merupakan salah satu cara untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui

suatu media tertulis. Dokumentasi yang dimaksud yaitu berupa ILM tentang Covid-19 yang meliputi 3M yang terdapat di laman <https://promkes.kemkes.go.id/>. Data yang telah dikelompokkan dianalisis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Teun A. Van Dijk.

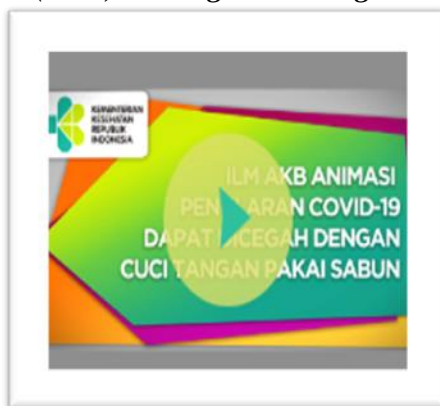
Uji Validitas terdapat tiga cara diantaranya teknik pemeriksaan keabsahan data dengan melakukan analisis sumber data untuk meningkatkan keabsahan data atau yang dikenal dengan Triangulasi. Triangulasi sumber data yaitu mengungkap kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Seperti contoh observasi dan dokumentasi, dimana peneliti menggunakan dokumen tertulis, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto mengenai wacana kritis terutama dalam wacana ILM.

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini: (1) Tahap pengumpulan data yaitu mencari dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi. (2) Tahap mereduksi data yaitu memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya. (3) Tahap menganalisis data: menganalisis data yang telah dipilih dengan menggunakan teori analisis wacana kritis yang dikemukakan oleh Teun A. Van Dijk pada ranah analisis wacana kritis, (4) Tahap pengambilan kesimpulan: ranah ini merupakan langkah terakhir penarikan kesimpulan. Tahapan-tahapan dalam analisis data sebagaimana telah dilaksanakan dengan cermat dapat mempermudah dalam penarikan kesimpulan kritis pada data yang diperoleh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan sebuah cara yang dikembangkan dan disosialisasikan oleh kemenkes dengan manfaat sebagai antisipasi penyebaran virus Covid-19, Info protokol kesehatan dan layanan ini wajib disebarluaskan pada semua elemen masyarakat dengan berbagai macam cara utamanya dengan *media online* agar semua lapisan bisa mengakses dan mendapatkan informasi secara update, Teks Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat tentang Covid-19 di media online yang tercantum dalam <https://promkes.kemkes.go.id/> yaitu merupakan website yang memuat iklan layanan kesehatan masyarakat yang membahas mengenai protokol kesehatan yang akan dianalisis menggunakan wacana kritis yang dikemukakan oleh Teun A. Van Dijk yang terdiri dari unsur 3M.

3.1. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) tentang Cuci Tangan dan Memakai Sabun



<https://promkes.kemkes.go.id/ilm-akb-animasi-60-detik-penularan-covid-19-dapat-dicegah-dengan-cuci-tangan-pakai-sabun>

Sejak dahulu kala tradisi mencuci tangan sebagai budaya di Indonesia, mencuci tangan adalah membersihkan kedua tangan kita dan jari jemarinya menggunakan air bersih yang alami dengan tujuan untuk menjadi bersih. Virus covid-19 bisa berada di mana saja dan kapan saja, bisa menempel pada setiap benda apapun baik yang hidup ataupun mati. Iklan layanan kesehatan masyarakat dalam video online diatas tersebut merupakan sarana untuk mengingatkan masyarakat agar tidak lupa untuk tetap mencuci tangan dengan sabun guna mencegah penyebaran virus covid-19 (Astuti, 2017). Iklan layanan masyarakat (ILM) tersebut dianalisis menggunakan analisis wacana kritis oleh Teun A. Van Dijk (Humaira, 2018).

3.1.1. Latar

Desain visual yang ada pada video tampak tertulis penularan Covid-19 dapat dicegah dengan mencuci tangan menggunakan sabun maka dari itu semua setiap titik dan kawasan menasaja, ini satu tradisi/ budaya lama yang hidup kembali dengan tujuan demi melindungi diri sendiri dan juga orang lain

Pada Kalimat "*mencuci tangan dengan sabun*" yaitu suatu himbauan yang mengandung unsur pembiasaan agar terlindung dari Virus covid-19. Mencuci tangan merupakan salah satu cara untuk mengurangi paparan virus covid-19 (Rahmatika and Wahyudi, 2020). Mencuci tangan harus menjadi kebiasaan yang wajib dilakukan dalam menjalankan protokol kesehatan, oleh karena itu banyak iklan yang selalu mengingatkan untuk tetap mencuci tangan. Keharusan inilah yang dapat mencegah timbulnya penyakit serta melindungi kuman yang berupa virus tidak menempel pada diri kita (Farid, 2020).

3.1.2. Detail

Detail informasi terkait dengan penyebaran Iklan layanan masyarakat (ILM) pada video yaitu dalam kata "*Memakai Sabun*" kata tersebut dimaksudkan sebagai bahan yang wajib digunakan dalam mencegah virus. Media online yang berupa iklan layanan kesehatan tersebut terdapat di *youtube* dimana semua orang bias melihat dimanapun dan kapanpun. Media merupakan langkah strategis dalam menyebarkan himbauan di masa pandemi covid-19. Elemen detail juga dapat ditinjau dari cara mencuci tangan dengan sabun. Cara mencuci tangan dengan sabun yang benar yang pertama yaitu basahi tangan dengan tuangkan air dan sabun, kemudian gosok perlahan bagian telapak tangan, punggung tangan, ibu jari, pergelangan, dan kuku, kemudian bilas dengan menggunakan air bersih.

Selain mencuci tangan dengan sabun, juga dapat dilakukan dengan alternatif lain yaitu dengan menggunakan *hand sanitizer*. Penggunaan *hand sanitizer* lebih mudah dibandingkan dengan mencuci tangan, dikarenakan tidak memerlukan air untuk membilas tangan. Dalam *hand sanitizer* mengandung 75% alkohol seperti etanol. Kandungan alkohol dalam *hand sanitizer* dianggap cukup aman ketika digunakan sebagai cairan antiseptik. Namun, meskipun dikatakan efektif dalam membunuh kuman, ada beberapa jenis makroba yang tidak bisa dihilangkan dengan menggunakan *hand sanitizer*. Maka dari itu mencuci tangan lebih diutamakan dibandingkan dengan *hand sanitizer* (Rahmatika and Wahyudi, 2020).

3.2. Maksud

Maksud iklan layanan masyarakat pada video mencuci tangan pakai sabun merupakan metode efektif untuk menghindari dan mencegah paparan virus. cuci tangan juga merupakan sebuah salah satu anjuran dalam pencegahan penularan penyakit yang menempel pada tangan. dalam penelitian kesehatan masyarakat penyakit menular yang terjadi karena masalah perilaku hidup kurang bersih dan sehat yang rendah. Salah satu perilaku dalam mengantisipasi penyebaran penyakit menular melalui pembiasaan mencuci tangan dengan sabun. Sabun merupakan salah satu sanitizer yang dapat membunuh virus apapun utamanya virus covid-19.

3.3. Praanggapan

Pranggapan dari Iklan layanan masyarakat (ILM) pada video ini mengarahkan masyarakat agar mengikuti anjuran dan aturan yang benar dari lembaga kesehatan dan WHO. dengan cara mencuci tangan yang benar makan dampaknya yaitu untuk kebersihandan kesehatan dan keselamatan dari ancaman pemaparan virus covid-19 dan bakteri yang mengancam kita. Mencuci tangan dengan sabun bukan hanya bermanfaat untuk menghilangkan virus covid-19 saja, namun juga dapat menghilangkan kuman,virus atau bakteri yang tidak dapat dilihat oleh panca indra kita yang mengancam lewat jari jemari dan kedua tangan (Susanti et al., 2021).

Tabel : 3.1 Analisis Iklan Layanan Masyarakat (ILM) tentang Cuci Tangan dan Memakai Sabun

Elemen	Hal yang Diamati
Latar	Kehidupan baru pada saat ini yaitu masa pandemi covid-19, himabaun berbentuk video merupakan sosialisasi promosi kesehatan oleh kemenkes dimana mencuci tangan adalah sebagian cara mencegah Virus dan merupakan syarat wajib sebelum dan sesudah beraktivitas dan langkah ini merupakan budaya lama yang tergerus oleh era baru dan dibudayakan kemabali oleh adanya covid-19
Detail	Iklan layanan masyarakat (ILM) tentang protokol kesehatan bagai mana " <i>Memakai Sabun</i> " merupakan salah satu bahan yang wajib dipakai oleh masyarakat selain <i>hand sanitizer</i> . Dalam masa pandemik bahan ini suatu kehususan bagi masyarakat dimanajaja.
Maksud	Maksud dari Iklan layanan masyarakat (ILM) yang tertera pada video yaitu mencuci tangan pakai sabun merupakan metode efektif untuk menghindari dan mencegah paparan virus. cuci tangan juga merupakan sebuah salah satu anjuran dalam pencegahan penularan penyakit dan bakteri yang menular.
Praanggapan	Dari latar, detail, dan maksud maka muncul sebuah praanggapan. Praanggapan dari Iklan layanan masyarakat (ILM) yang berdampak pada individu, keluarga dan lapisan masyarakat dengan cara mencuci tangan yang benar maka dampaknya yaitu untuk kebersihan dan kesehatan serta keselamatan dari ancaman pemaparan virus covid-19 dan bakteri yang mengancam kita di era saat ini

3.4. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Tentang Wajib Menggunakan Masker yang Benar

Kementrian kesehatan menyarankan dan menggaransikan bahwa Masker medis adalah masker yang dipakai oleh para tenaga kesehatan selama tindakan dan selama perawatan untuk menahan bakteri.

Penggunaan masker yang benar di masa pandemi ini menjadi hal yang sangat penting. Masker berfungsi sebagaiproteksi diri sekaligus menjaga orang lain dari risiko paparan virus covid-19. Penyebaran virus Covid-19 melalui droplet yang berasal dari saluran pernafasan. Penggunaan masker ini menjadi langkah antisipasi awal yang dimulai dari diri sendiri. Oleh karena itu iklan layanan masyarakat (ILM) berupa himbauan untuk memakai masker banyak dipublikasikan melalui *fleyers*. Iklan layanan masyarakat (ILM) diatas berupa *fleyers* yang ada dimedia online dan akan dianalisis secara teoritis yang massif.

3.5. Latar

Pandemi Covid 19 telah secara drastis dan simultan merubah prilaku keseharian masyarakat di seluruh dunia. Demi mencegah penyebaran dan menghindarkan diri dari risiko tertular Covid-19, setiap orang mau tidak mau harus rela membatasi aktivitasnya wajib mengikuti protokol kesehatan yang telah ditetapkan. Himbauan untuk menggunakan masker saat berpergian menjadi ancaman utama bagi masyarakat, bahkan telah ditetapkan peraturan bagi warga yang tidak menggunakan maskeran diancam dalam Pasal 5 Peraturan Gubernur.

Apabila warga tak menggunakan masker sesuai ketentuan tersebut, maka mereka dapat dikenakan sanksi administratif sebesar Rp 50.000-250.000. Latar dalam iklan layanan masyarakat di media diatas tersebut menunjukkan bagai mana menggunakan masker dengan benar sesuai anjuran kesehatan.



https://promkes.kemkes.go.id/pencarian_media?q=memakai+masker

3.5.1. Detail

Iklan layanan masyarakat (ILM) penggunaan masker yang benar dan semua wajib menggunakan masker ini publikasikan pada laman <https://promkes.kemkes.go.id/> secara massif. Iklan layanan masyarakat (ILM) menjadi himbauan serius bagi semua lapisan masyarakat dengan selogan “*Semua Wajib Pakai Masker*”. Kalimat tersebut bermakna sebagai himbauan karena pada saat ini Indonesia masyarakatnya banyak yang terpapar virus covid-19 yang secara tidak langsung virus tersebut bisa saja ada mana saja baik yang secara melalui gejala dan tanpa gejala. Detail informasi yang menjadi titik penekanan terdapat pada kata “*Memakai Masker Yang Benar*” kata tersebut memiliki makna yang padat. Dari kata ini banyak fenomena di lingkungan masyarakat yang abai tentang penggunaan masker seperti contoh masyarakat masih banyak menggunakan masker yang di pasang di dagu sebagai prasarat semata (Astuti, 2017).

3.5.2. Maksud

Secara eksplisit iklan layanan masyarakat tentang himbauan menggunakan masker di tengah pandemi covid-19 tidak boleh disepelekan. Meski tidak bisa digunakan untuk mencegah seluruh virus, tapi penggunaan masker bisa menurunkan kerasnya gejala saat terinfeksi virus tersebut. Namun, penggunaan masker yang keliru justru meningkatkan risiko penularan, maka dari itu penggunaan masker yang baik dan benar juga diperlukan dalam menjalankan protokol kesehatan. Seperti membiasakan diri mencuci tangan terlebih dahulu sebelum menggunakan masker dan pastikan hidung, mulut, dan dagu tertutup seluruhnya.

Jenis masker yang saat ini beredar dimasyarakat juga sangat beragam, beberapa diantaranya hanya berfungsi sebagai penangkal debu saja. Ada 3 jenis masker yang disarankan kepada masyarakat yaitu masker kain, masker bedah dan masker N95. Masker kain yang bisa digunakan untuk pencegahan covid-19 juga harus berstandar SNI sesuai yang ditetapkan oleh pemerintah. Contoh masker kain yang ber-SNI yang pertama harus memiliki 2-3 lapis kain, kombinasi bahan yang digunakan adalah kain dari serat alam seperti kain katun dan ditambah lapisan kain chiffon, memiliki daya tembus udara, memiliki daya serap dan memiliki kadar

formal dehidra serta tahan warna terhadap pencucian. Sedangkan masker bedah terbuat dari kain bukan tenunan, jadi biasanya merupakan pilihan paling aman bagi petugas kesehatan. Secara umum, masker bedah sekitar tiga kali lebih efektif untuk memblokir aerosol yang mengandung virus daripada masker wajah buatan sendiri. Makser N95 pada umumnya menempel rapat di sekitar hidung dan mulut sehingga sangat sedikit partikel virus yang dapat masuk atau keluar. Masker N95 juga mengandung serat khusus untuk menyaring patogen di udara. Para peneliti menemukan bahwa masker N99 mengurangi risiko infeksi seseorang sebesar 95 hingga 99 persen setelah 20 menit paparan di lingkungan yang sangat terkontaminasi. Namun masker ini cenderung lebih mahal dibandingkan masker medis atau masker bedah.

3.5.3. Praanggapan

Iklan layanan masyarakat (ILM) tentang anjuran penggunaan masker menjadi penting (Ali et al., 2017; Dhofir, 2013). Secara eksplisit praanggapannya adalah masker sebagai pelindung fisik yang berguna untuk mencegah penularan virus. Mencegah lebih baik daripada mengobati, sebelum tertular maka mencegah lebih baik. Lapisan - lapisan yang terkandung dalam masker dapat menghambat penularan virus. Masker yang dianjurkan pemerintah salah satunya adalah masker bedah yang memiliki 3 lapis seperti lapisan anti air, lapisan filter kuman, dan lapisan untuk menyerap cairan yang keluar dari mulut. dalam peranggapan manfaatnya selalu bermanfaat bagi masing-masing individu dan orang lain disekitarnya, dengan adanya peraturan wajib menggunakan masker yaitu untuk mencegah penyebaran virus covid-19 melalui saluran pernafasan, menyadarkan dan masyarakat sadar akan pentingnya menggunakan masker dapat berdampak besar untuk menekan penyebaran virus covid-19 dan nantinya mungkin akan menghentikan laju Penyebarannya (Farid, 2020).

Tabel : 3.2 Analisis Iklan Layanan Masyarakat (ILM) tentang Wajib Menggunakan Masker yang Benar

Elemen	Hal yang Diamati
Latar	Dalam era saat ini berubahnya kehidupan yang dramatis dengan adanya novel covid-19 maka setaiap orang mau tidak mau harus rela membatasi aktivitasnya wajib mengikuti protokol kesehatan yang telah ditetapkan, Himbuan untuk menggunakan masker saat berpergian menjadi ancaman utama bagi masyarakat dan dapat dilihat dari flyers " <i>Semua Wajib Menggunakan Masker</i> ".
Detail	Iklan layanan masyarakat (ILM) penggunaan masker yang benar dan semua wajib menggunakan masker ini dipublikasikan pada laman https://promkes.kemkes.go.id/ . Slogan " <i>Semua Wajib Pakai Masker</i> ". Kalimat tersebut bermakna sebagai himbuan karena pada saat ini Indonesia masyarakatnya banyak yang terpapar virus covid-19 yang secara tidak langsung virus tersebut bisa saja ada mana saja baik yang secara melalui gejala dan tanpa gejala. Detail informasi yang menjadi titik penekanan terdapat pada kata " <i>Memakai Masker Yang Benar</i> " kata tersebut memiliki makna yang padat dan bermakna.
Maksud	Secara eksplisit iklan layanan masyarakat tentang himbuan menggunakan masker di tengah pandemi covid-19 tidak boleh disepelekan. Meski tidak bisa digunakan untuk mencegah seluruh virus, tapi penggunaan masker bisa menurunkan kerasnya gejala saat terinfeksi virus tersebut. Terdapat tiga macam masker yang dianjurkan diantaranya yaitu masker kain, masker bedah dan masker N95 yang dapat digunakan dalam lapisan masyarakat.
Praanggapan	Secara eksplisit praanggapan pada Iklan layanan masyarakat (ILM) tentang anjuran penggunaan masker menjadi penting, Praanggapannya adalah masker sebagai pelindung fisik yang berguna untuk mencegah penularan virus. Mencegah lebih baik dari pada mengobati, sebelum tertular maka mencegah lebih baik. Manfaat ini selalu

Elemen	Hal yang Diamati
	bermanfaat bagi masing-masing individu dan orang lain disekitarnya, dengan adanya peraturan wajib menggunakan masker yaitu untuk mencegah dan menekan penyebaran virus covid-19 melalui saluran pernafasan.

3.6. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Tentang Social Distancing “Menjaga Jarak”

Kata *Social distancing* “Menjaga Jarak” Merupakan satu cara dalam mencegah penyebaran virus covid-19 dengan menganjurkan orang tidak berkerumun di suatu tempat sehingga tidak menjadi ramai dan kontak langsung dengan orang lain. Selama masa pandemi iklan layanan masyarakat juga ada beberapa himbauan untuk *social distancing*. Iklan layanan masyarakat tersebut yang akan masuk dalam ranah peneliti.



<https://promkes.kemkes.go.id/flyer-menjaga-jarak-social-distancing>

3.6.1. Latar

Pada saat ini penyebaran virus covid-19 di Indonesia belum dikatakan selesai, Semakin hari masyarakat yang terjangkit semakin bertambah, salah satu penyebabnya adalah berkumpul dalam tempat keramaian. Selain memakai masker dan mencuci tangan, *social distancing* menjadi aturan yang harus dilaksanakan oleh masyarakat guna untuk memutus rantai penyebaran virus covid-19. Pembatasan sosial adalah salah satu cara pengendalian penyebaran virus serta larangan agar tidak mudik dan dilaksanakan pembatasan wilayah oleh pemerintah ini merupakan salah satu penerapan dari implementasi menjaga jarak.

3.6.2. Detail

Iklan layanan masyarakat (ILM) tentang *social distancing* berada pada laman <https://promkes.kemkes.go.id/> keluarnya iklan ini menghimbau agar masyarakat dapat menerapkan dan menjaga jarak dalam kesehariannya. Pembatasan sosial ini membuat banyak masyarakat kurang nyaman dikarenakan ini berbeda dengan budaya sebelumnya utamanya pada musim mudik lebaran pada saat ini. Namun, ada hal yang bisa direncanakan sebelum melakukan *social distancing* seperti merencanakan kegiatan, menyediakan obat-obatan yang diperlukan, memenuhi kebutuhan harian, serta mempersiapkan akses internet dalam segala hal seperti Contoh Halal bihalal dengan menggunakan media Zoom dll.

3.6.3. Maksud

Pembatasan atau *social distancing* menjadi sebuah penerimaan kenyataan yang berbentuk himbauan yang mungkin sulit diterima masyarakat pada saat ini utamanya dalam musim lebaran. Dalam hal ini Masyarakat dan budaya kita yaitu sudah terbiasa menerapkan masyarakat yang sosialis sehingga ini menjadikan masyarakat susah untuk menjalankan peraturan. Dengan adanya *flyers*, iklan dan media online sebagai ilmu pengetahuan berbasis himbauan dalam menerapkan *social distancing*, maksud diadakannya sosialisasi ini dikarenakan kebijakan antara pusat dan daerah yang belum merata dari hulu ke hilir. Dimanapun masyarakat harus menjalankan protokol kesehatan mulai dari mencuci tangan dengan sabun, memakai masker dan menjaga jarak atau *social distancing*.

3.6.4. Praanggapan

Peranggapan dari Iklan layanan masyarakat (ILM) ini berisi himbauan yang menyuruh untuk menjalankan *social distancing* atau Menjaga jarak dimanapun masyarakat berada. Manfaat dari himbauan ini agar terhindar dan tidak menularkan serta mencegah virus covid-19. Dengan *social distancing* kita lebih berhati-hati dan menjaga jarak aman agar sama-sama sehat dan terhindar dari virus jahat ini. Sedangkan pranggapan untuk sirkulasi udara adalah berkurangnya tempat yang dipadati oleh masyarakat dalam melaksanakan aktifitas harinya serta memberikan waktu untuk tetap bugar dalam menjaga kondisi fisiknya.

Tabel : 3.3 Analisis Iklan Layanan Masyarakat (ILM) tentang *Social Distancing* “Menjaga Jarak”

Elemen	Hal yang Diamati
Latar	<i>Pada era new normal</i> Kata <i>Social distancing</i> “Menjaga Jarak” Merupakan satu cara dalam mencegah penyebaran virus covid-19. <i>Social distancing</i> menjadi aturan yang harus dilaksanakan oleh masyarakat guna untuk memutus rantai penyebaran virus covid-19. Larangan agar tidak mudik dan dilaksanakan pembatasan wilayah oleh pemerintah ini merupakan salah satu penerapan dari implementasi menjaga jarak.
Detail	<i>Iklan layanan masyarakat (ILM)</i> tentang <i>social distancing</i> berada pada laman Error! Hyperlink reference not valid. iklan ini menghimbau agar masyarakat dapat menerapkan dan menjaga jarak dalam kesehariannya. hal yang bisa direncanakan sebelum melakukan <i>social distancing</i> seperti merencanakan kegiatan, menyediakan obat-obatan yang diperlukan, memenuhi kebutuhan harian, serta mempersiapkan akses internet dalam segala hal seperti Contoh Halal bihalal dengan menggunakan media Zoom dll.
Maksud	Pembatasan atau <i>social distancing</i> menjadi sebuah penerimaan kenyataan yang berbentuk himbauan yang mungkin sulit diterima masyarakat pada saat ini utamanya dalam musim lebaran. Dalam hal ini Masyarakat dan budaya kita yaitu sudah terbiasa menerapkan masyarakat yang sosialis sehingga ini menjadikan masyarakat susah untuk menjalankan peraturan.
Praanggapan	Dengan fenomena yang terjadi saat ini kita lebih berhati-hati dan menjaga jarak aman agar sama-sama sehat dan terhindar dari virus jahat ini, pranggapan untuk sirkulasi udara adalah berkurangnya tempat yang dipadati oleh masyarakat dalam melaksanakan aktifitas harinya serta memberikan waktu untuk tetap bugar dalam menjaga kondisi fisiknya

Analisis wacana, dalam arti paling sederhana adalah kajian terhadap sesuatu bahasa atas kalimat. Dalam penelitian ini mendiskripsikan analisis Analisis Wacana kritis yaitu merupakan satuan bahasa yang utuh, dalam hieraki gramatikal merupakan satuan gramatikal yang tertinggi wacana kritis yang dikemukakan oleh Teun A. Van Dijk (Silaswati, 2019). Van Dijk tidak hanya menganalisis wacana dari satuan struktur kebahasaan saja. Karena Van Dijk pun

menyadari dan menyakini bahwa makna suatu wacana tidak hanya terepresentasikan dengan mengalisis stuktur kebahasaan semata, tetapi juga harus melihat konteks lahirnya dan bagaimana wacana itu diproduksi. Model analisis wacana kritis menurut Teun A. Van Dijk membahas tentang struktur wacana yang berhubungan dengan teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Analisis semantik dalam skema analisis wacana kritis Van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal. Pada teori Van Dijk yang digunakan dalam penelitian ini adalah ranah linguistic yang membahas latar, detail, maksud dan praanggapan dari *Media Online* tentang ILM.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam produksi *Media Online*: Teks Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat tentang Covid-19, trending topik pemberitaan tersebut mengenai pemerintah menghimbau kepada masyarakat untuk melaksanakan protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran Covid 19. Teks tersebut tersusun dengan struktur yang sangat rapih. Bagian awal terdapat judul yang kemudian terdapat narasi, pada bagian selanjutnya sebagai penegasan judul dan disertakan kutipan dari tokoh nasional yang sangat dipercaya. Terdapat penjelasan lebih mendalam terkait tema berita, diakhiri dengan membangun kesadaran khalayak tentang pentingnya 3M yang dapat dianalisis menggunakan ilmu linguistik yang meliputi latar, detail, maksud dan prangaapan. Iklan layanan masyarakat yang diteliti memiliki tema yang berdeda, diantaranya yaitu iklan layanan masyarakat tentang protokol kesehatan, mencuci tangan, memakai masker, sosial distancing dan pencegahan covid-19 dengan 3M yang tidak lain adalah untuk memudahkan masyarakat untuk lebih mudah mengingat dan mendisiplinkan diri terhadap protokol kesehan demi melindungi diri sendiri dan melindungi orang lain. Dari hasil peneltian dapat dikatakan bahwa penggunaan bahasa dapat mempengaruhi arti dan makna yang luas dan multi tafsir. Dengan penggunaan kata yang mudah dipahami oleh seluruh masyarakat akan lebih mudah diingat, makna wacana pada pemberitaan tersebut yaitu terdapat maksud memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa dengan adanyavirus covid-19 ini masyarakat lebih berhati-hati dalam menerapkan PHBS. Kesimpulan dalam penelitian ini dalam pembuatan iklan utamanya iklan layanan kesehatan sebaiknya lebih jelas dan berkesan dan elegan serta meningkatkan pemikiran unsur kritis terhadap bahasa agar makna yang terkandung mudah untuk difahami dan disampaikan, teruntuk peneliti selanjutnya kembangkanlah kajian kritis pada kajian bahasa iklan yang berbasis online yang muaranya cenderung cepat pada era ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, S., Kristina, D. and Sumarlam, S., 2017. The Politeness Of Assertive Speech Acts: Synergizing The Linguistic Politeness Devices In Conflict Resolution Communication. *Lingua Didaktika: Jurnal Bahasa dan Pembelajaran Bahasa*, 11(1): 22-35.
- Anggraini, Y., Prasetyaningsih, S. and Antoni, C., 2019. Analisis dan Implementasi Motion Grafis Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dengan Metode Semiotika Peirce. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 1(01).
- Astuti, S.P., 2017. Persuasi dalam Wacana Iklan. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 12(1): 38-45.
- Dhofir, R., 2013. Analisis Wacana Iklan Layanan Masyarakat Instansi Kepolisian Analisis Wacana Iklan Layanan Masyarakat Instansi Kepolisian.
- Farid, M., 2020. Kebijakan Politik Presiden Jokowi Terhadap Masalah Kewarganeraan dalam Merespons Isu Global: Studi Kasus Covid-19. *Citizenship Jurnal Pancasila dan Kewarganeraan*, 8(1): 1-12.

- Fatni, C.I.A.D., Sudiana, I.N. and Martha, I.N., 2015. Analisis Wacana Iklan Layanan Masyarakat Satuan Lalu Lintas Polres Buleleng di Singaraja: Kajian Wacana Kritis Norman Fairclough. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*, 3(1).
- Humaira, H.W., 2018. Analisis Wacana Kritis (Awk) Model Teun A. Van Dijk Pada Pemberitaan Surat Kabar Republika. *Literasi: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya*, 2(1): 32-40.
- Rahmatika, L. and Wahyudi, A.B., 2020. Netizens' Responses towards the Covid-19 Pandemic Text: A Study of Speech Acts and Their Contents. *Journal of Pragmatics Research*, 2(2): 177-200.
- Silaswati, D., 2019. Analisis Wacana Kritis Dalam Pengkajian Wacana. *METAMORFOSIS| Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, 12(1): 1-10.
- Sugiyono, S., 2010. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sumarlam, M., 2003. *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka Cakra.
- Susanti, Y., Oktaviani, U.D. and Suryadi, T., 2021. Eksistensi Bahasa Melayu Sintang pada Media Spanduk dalam Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Kabupaten Sintang (Kajian Etnolinguistik). *BELAJAR BAHASA: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(1): 119-134.
- Suwardi, I., Setyonegoro, A. and Priyanto, P., 2019. Pengembangan Materi Wacana Iklan Layanan Masyarakat Mata Kuliah Wacana di prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jambi. *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 9(2): 90-100.
- Yunita Anggraini, D., 2020. Analisis Unsur Pembentuk Iklan Layanan Masyarakat Dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Iklan Di Kelas Viii Smp Negeri 30 Muaro Jambi. *Jurnal Analisis Unsur Pembentuk Iklan Layanan Masyarakat Dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Iklan Di Kelas VIII SMP Negeri 30 Muaro Jambi*.