

ABSTRAK

DIKSI DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI YOUTUBE SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP

Oleh

ZAZILA ZIANI

Penelitian ini membahas diksi dalam iklan layanan masyarakat pada masa pandemi *Covid-19* di *youtube* serta implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan diksi dalam iklan iklan layanan masyarakat pada masa pandemi *Covid-19* di *youtube* dan implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini ialah 13 video iklan layanan masyarakat pada masa pandemi *Covid-19* di *youtube* publikasi Maret 2020 – Maret 2021. Data dalam penelitian berupa kata yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat pada masa pandemi *Covid-19* di *youtube*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, pengamatan dan mencatat. Teknik analisis data dalam penelitian ini antara lain mentranskripsikan tuturan dalam iklan, mengidentifikasi diksi yang digunakan dalam iklan, mengklasifikasi dan menganalisis diksi, memberi kode, mendeskripsikan implikasi penelitian, dan membuat simpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diksi dalam iklan layanan masyarakat pada masa pandemi *Covid-19* didominasi oleh kata populer bidang kesehatan dan yang paling sedikit adalah kata atau frasa asing. Hasil penelitian ini diimplikasikan pada pembelajaran bahasa Indonesia di SMP sebagai sumber belajar pada kompetensi dasar 3.3 mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan kompetensi dasar 4.3 menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber.

Kata kunci : *diksi, iklan layanan masyarakat, kata populer*

ABSTRACT

DIKSI DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI YOUTUBE SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP

By

ZAZILA ZIANI

This study discusses diction in public service advertisements during the Covid-19 pandemic on YouTube and its implications for learning Indonesian in junior high schools. The purpose of this research is to describe diction in public service advertisements during the Covid-19 pandemic on YouTube and the implications for learning Indonesian in junior high school. This research method is descriptive qualitative. The data sources in this study were 13 public service advertisement videos during the Covid-19 pandemic on YouTube, published March 2020 – March 2021. The data in this study were words used in public service advertisements during the Covid-19 pandemic on YouTube. Data collection techniques using observation techniques, documentation, observations and notes. Data analysis techniques in this study include transcribing speech in advertisements, identifying diction used in advertisements, classifying and analyzing dictions, coding, describing research implications, and making conclusions.

The results of the study show that the diction in public service advertisements during the Covid-19 pandemic was dominated by popular words in the health sector and the fewest were foreign words or phrases. The results of this study have implications for learning Indonesian in junior high schools as a learning resource for basic competencies 3.3 identifying information on advertising texts, slogans or posters (which makes you proud and motivating) from various sources that are read and heard and basic competencies 4.3 summarizing the contents of advertisements, slogans, or posters (boasting and motivating) from various sources.

Keywords: *diction, public service advertisements, popular words*