



Analisis Diksi dan Gaya Bahasa Iklan Layanan Masyarakat Divisi Humas Polri serta Relevansinya sebagai Bahan Ajar Tingkat SMP

Fuji Ramdoni^{1✉}, Ferina Meliasanti², Hendra Setiawan³

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia^{1,2,3}

E-mail : fuji.fropector@gmail.com¹, ferina.meliasanti@fkip.unsika.ac.id², hendra.setiawan@fkip.unsika.ac.id³

Abstrak

Pemasaran iklan layanan masyarakat seyogyanya memperhatikan kaidah kebahasaan seperti aspek diksi dan gaya bahasa. Iklan layanan masyarakat saat ini tidak lagi terbatas pada media cetak saja, tetapi sudah hadir dalam media sosial, seperti *Instagram*. Akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri menjadi salah satu akun media sosial yang selalu memuat iklan layanan masyarakat. Hal tersebut tentu menjadi barang menarik apabila dikaitkan dengan bahan ajar dalam pembelajaran iklan tingkat SMP. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan hasil analisis diksi dan gaya bahasa, kemudian merelevansikannya sebagai bahan ajar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan simak catat. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskripsi, sedangkan data akan disajikan dalam bentuk deskripsi menggunakan metode informal. Pada penelitian ini, penulis akan membuktikan bahwa konten iklan layanan masyarakat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri mengandung pemilihan diksi dan gaya bahasa yang bervariasi, sehingga dapat menjadi alternatif bahan ajar bagi pendidik maupun peserta didik tingkat SMP.

Kata Kunci: Diksi, Gaya Bahasa, Iklan layanan masyarakat, *Instagram*, Polri.

Abstract

Public service announcement marketing should pay attention to linguistic rules such as aspects of diction and language style. Public service announcement are no longer limited to print media, but are already present in social media, such as Instagram. The Instagram social media account of the Police Public Relations Division is one of the social media accounts that always contains public service announcement. This is certainly an interesting item when it is associated with teaching materials in advertising learning at the junior high school level. The purpose of this study is to describe the results of the analysis of diction and style of language, then to make them relevant as teaching materials. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques using documentation techniques and see notes. The data analysis technique used is a descriptive analysis technique, while the data will be presented in the form of a description using an informal method. In this study, the author will prove that the content of public service announcement on the Instagram social media account of the Police Public Relations Division contains a variety of diction and language styles, so that it can be an alternative teaching material for educators and junior high school students.

Keywords: Diction, Language Style, Public Service Announcement, *Instagram*, Polri

PENDAHULUAN

Iklan layanan masyarakat menjadi salah satu jenis iklan yang banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Sebagai sarana yang bergerak dalam bidang sosial, iklan layanan masyarakat pada umumnya berisi pesan tentang kesadaran nasional dan lingkungan (Tinarbuko, 2007:2). Pemasaran sebuah iklan seyogyanya memperhatikan kaidah kebahasaan dengan alasan supaya iklan tersebut terlihat singkat, padat, jelas, mudah dimengerti, dan sesuai dengan kaidah kebahasaan yang digunakan.

Pemasaran sebuah iklan seyogyanya memperhatikan kaidah kebahasaan dengan alasan supaya iklan tersebut terlihat singkat, padat, jelas, mudah dimengerti, dan sesuai dengan kaidah kebahasaan yang digunakan. Pada proses penulisan teks iklan, penulis teks iklan harus pandai dalam memilih kata (diksi) yang akan digunakan untuk dituangkan ke dalam bahasa tulisan. Menurut Finoza (2002:89), pilihan kata atau diksi pada dasarnya adalah hasil dari upaya memilih kata tertentu untuk dipakai dalam suatu tuturan bahasa. Pemilihan kata dilakukan apabila tersedia sejumlah kata yang artinya hampir sama atau kemiripan. Pemilihan kata dilakukan bukanlah sekadar memilih kata mana yang tepat, tetapi juga kata mana yang cocok. Persoalan pendayagunaan diksi pada dasarnya bertujuan untuk mempersoalkan kesanggupan sebuah diksi dalam upaya menimbulkan gagasan-gagasan yang tepat pada imajinasi pembaca iklan (masyarakat), sesuai dengan yang dimaksud oleh penulis teks iklan.

Ketepatan pemilihan kata atau diksi dalam teks iklan akan berkaitan dengan masalah pemaknaan pada kosa kata oleh setiap orang (pembaca iklan). Ketepatan pemaknaan sebuah kata menuntut penulis teks iklan untuk dapat memahami bagaimana hubungan antara suatu diksi dengan referensinya. Selain itu, penulis teks iklan harus selalu mengikuti perkembangan makna suatu kata dari masa ke masa, karena makna suatu kata dapat mengalami perubahan. Pembendaharaan kosa kata yang dimiliki oleh seorang penulis teks iklan akan membuatnya mampu memilih kata yang dianggap sesuai dan dapat mewakili pemikirannya. Pada proses pemilihan kata, terkadang penulis menyelipkan penggunaan gaya bahasa di dalam sebuah teks iklan.

Gaya bahasa merupakan cara penyusunan bahasa yang menimbulkan aspek estetis (Ratna, 2016:416). Gaya bahasa atau biasa juga disebut majas adalah pemanfaatan kekayaan bahasa yang dipergunakan untuk meningkatkan efek-efek tertentu yang mampu membuat bahasa pada suatu teks menjadi semakin hidup. Dengan kata lain, penggunaan gaya bahasa tertentu dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu pula pada sebuah teks. Gaya bahasa pula mampu membuat seseorang dapat menghubungkan apa yang ia pikirkan kepada lawan bicaranya, bahkan dapat pula memengaruhi pikiran dan perasaan lawan bicaranya.

Seiring dengan kemajuan zaman, teknologi dan media pun semakin berkembang. Saat ini iklan layanan masyarakat tidak lagi terbatas pada media cetak (seperti surat kabar, majalah, dan spanduk) saja. Iklan layanan masyarakat pada media cetak dinilai tidak modern dan tidak mampu memiliki jangkauan sasaran yang lebih luas. Iklan layanan masyarakat saat ini sudah hadir pada media noncetak, seperti radio, televisi, bahkan internet (khususnya media sosial).

Iklan layanan masyarakat menjadi hal yang penting terutama bagi suatu organisasi yang bergerak di ruang lingkup kemasyarakatan. Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) menjadi salah satu organisasi yang rutin mempublikasikan iklan layanan masyarakat di media sosial (khususnya *Instagram*). Polri adalah salah satu organisasi yang memanfaatkan kemajuan teknologi dan media dalam upaya menyampaikan iklan layanan masyarakat. Melalui akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri, iklan layanan masyarakat selalu dimunculkan guna memperluas jangkauan publikasi.

Apabila dikaitkan dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah, maka perlu adanya pembaharuan dalam penggunaan bahan ajar pada materi teks iklan, karena berbagai buku pelajaran milik sekolah

kebanyakan menggunakan bahan ajar yang bersumber dari media cetak saja. Dari sini penulis menemukan celah pembaharuan apabila dibandingkan dengan penelitian-penelitian serupa. Penelitian lain kebanyakan mengambil sumber data dari iklan layanan masyarakat konvensional, seperti media cetak yang dipasang di sepanjang jalan ataupun yang terdapat di surat kabar. Berbeda dengan penelitian lain, data yang digunakan pada penelitian ini diambil dari konten media sosial Instagram khususnya pada akun Divisi Humas Polri yang kemudian direlevansikan sebagai bahan ajar.

Pembaharuan diperlukan sebagai bentuk dari upaya penyesuaian dengan perkembangan zaman, yang mana dalam hal ini berkaitan dengan dominasi penggunaan metode pemasaran iklan menggunakan internet (khususnya media sosial *Instagram*). Hal tersebut tentu menjadi barang menarik sebagai bahan diskusi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah. Selain karena materi yang dekat dengan kehidupan masyarakat pengguna media sosial, peserta didik pun akan mempelajari aspek kebahasaan, seperti pemilihan kata dan penggunaan gaya bahasa yang terdapat pada teks iklan layanan masyarakat di media sosial.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Diksi dan Gaya Bahasa Iklan Layanan Masyarakat pada Akun Media Sosial *Instagram* Divisi Humas Polri serta Relevansinya sebagai Bahan Ajar Tingkat SMP”. Melalui penelitian ini, penulis akan menguraikan hasil analisis kebahasaan pada teks iklan layanan masyarakat yang terdapat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri, sehingga dapat menjadi bahan ajar bagi peserta didik tingkat SMP dalam upaya mencapai kompetensi dasar pada proses pembelajaran Bahasa Indonesia materi teks iklan.

METODE PENELITIAN

Paradigma pada penelitian ini didukung oleh pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dan peneliti sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian ini lebih ditekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2018:9). Sedangkan, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Narbuko dan Abu (2015:44), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, dengan menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikannya.

Subjek dalam penelitian ini adalah konten iklan layanan masyarakat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri. Menurut Sugiyono (2013:32), subjek penelitian diartikan sebagai suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Sedangkan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu berkaitan dengan sesuatu hal yang objektif, valid, dan reliabel (Sugiyono, 2013:41). Dalam penelitian ini, pemilihan diksi dan gaya bahasa iklan layanan masyarakat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri menjadi objek penelitiannya.

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah instrumen dokumentasi. Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Pada pelaksanaannya, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto, 2014:201). Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Arikunto, 2014:203).

Adapun sumber data pada penelitian ini merupakan konten (gambar) iklan layanan masyarakat yang dipublikasi oleh akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri yang kemudian ditranskripsikan ke dalam bentuk teks. Sumber data yang diperoleh pada penelitian ini menggunakan jenis populasi. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2014:173), yang pada penelitian ini dibatasi pada unggahan dalam kurun periode 2 sampai 20 Maret 2021.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dan simak catat. Menurut Sugiyono (2015:329), teknik dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Sedangkan, teknik simak catat merupakan gabungan dari dua teknik yang berkesinambungan satu sama lain. Menurut Mahsun (2005:92), teknik simak merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data dengan cara menyimak penggunaan bahasa. Metode simak digunakan dalam mengumpulkan data penelitian secara lisan maupun tulisan. Kemudian, teknik catat digunakan sebagai teknik dalam pengumpulan data dengan cara mencatat beberapa bentuk yang relevan bagi penelitiannya dari penggunaan bahasa secara tertulis (Mahsun, 2005:93). Teknik ini dimungkinkan karena data penelitian diambil dari konten berupa gambar. Langkah-langkah untuk menggunakan teknik dokumentasi dan simak catat pada penelitian ini adalah: 1) mendokumentasikan data berupa konten yang telah ditentukan, 2) menyimak data hasil dokumentasi, kemudian 3) mentranskripsikan data menggunakan teknik catat ke dalam bentuk teks.

Sementara itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskripsi. Teknik analisis deskripsi dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Soejono & Abdurrahman, 1999:23). Data yang digunakan adalah deskripsi dalam bentuk kata-kata. Dengan demikian, data akan disajikan menggunakan metode informal. Metode informal menggambarkan perumusan menggunakan kata-kata biasa, termasuk menggunakan terminologi yang bersifat teknis (Mahsun, 2005:123). Penyajian data yang berbentuk kata-kata dihasilkan dari proses analisis data, yaitu analisis diksi dan gaya bahasa yang terdapat pada konten iklan layanan masyarakat yang dipublikasi oleh akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri, yang kemudian akan direlevansikan sebagai bahan ajar tingkat SMP.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Pemilihan Diksi dan Gaya Bahasa dalam Teks Iklan Layanan Masyarakat pada Akun Media Sosial *Instagram* Divisi Humas Polri

Hasil analisis pemilihan diksi dan gaya bahasa dalam teks iklan layanan masyarakat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri dilakukan dengan cara mendeskripsikan pemilihan penggunaan diksi dan gaya bahasa yang didasarkan pada pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan langsung tidaknya makna yang mewakili pesan yang ingin disampaikan pada iklan layanan masyarakat yang diteliti dan kemudian disimpulkan. Berikut adalah analisis pemilihan diksi dan gaya bahasa dalam teks iklan layanan masyarakat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri.

Data 1

TIPS MENGGUNAKAN WIFI PUBLIK DENGAN AMAN DAN NYAMAN

- **Gunakan wifi publik yang kamu kenali**
- **Tanyakan kepada pihak penyedia wifi mana yang dibuka untuk umum atau pelanggan**
- **Aktifkan firewall apabila menggunakan laptop**
- **Hindari penggunaan vpn karena data pribadi rentan dicuri**

KONTEKS: Polri ingin memberikan petunjuk praktis bagi masyarakat yang menggunakan *WIFI* publik agar aman dan nyaman, serta terhindar dari peretasan atau pencurian data pribadi.

Pada data 1, pemilihan diksi menggunakan kata konkret, kata ilmiah, dan kata asing. Kehadiran kata konkret dapat dibuktikan dengan adanya kata yang dapat dilihat atau dirasakan oleh indera secara langsung, seperti *laptop*. Terdapat juga kata ilmiah, yaitu kata yang biasa digunakan oleh kaum terpelajar atau terdapat pada tulisan-tulisan ilmiah, seperti *situs*, *laman*, *data*, *perbankan*, dan *transaksi*. Selain itu, terdapat juga kata asing, seperti *WIFI*, *firewall*, *VPN*, *HTTPS*, dan *online*.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 1 adalah gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa percakapan, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari kata *kamu* pada kalimat “*Gunakan wifi publik yang kamu kenali*” dan kata *tanyakan* pada kalimat “*Tanyakan kepada pihak penyedia wifi mana yang dibuka untuk umum atau pelanggan*”. Dari sana dapat dilihat penggunaan gaya bahasa percakapan yang seakan berkomunikasi menyeru pembaca iklan layanan masyarakat untuk melakukan sesuatu.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 1 adalah gaya sederhana. Gaya ini biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, dan lain sebagainya. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 1, yaitu Polri ingin memberikan petunjuk praktis bagi masyarakat yang menggunakan *WIFI* publik agar aman dan nyaman, serta terhindar dari peretasan atau pencurian data pribadi.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 1 adalah klimaks. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari poin-poin pada iklan layanan masyarakat di atas yang semakin meningkat kepentingannya.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 1 adalah prolepsis atau antisipasi. Prolepsis atau antisipasi adalah semacam gaya bahasa di mana orang mempergunakan lebih dahulu kata-kata atau sebuah kata sebelum peristiwa atau gagasan yang sebenarnya terjadi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari konteks iklan layanan masyarakat pada data 1, yaitu Polri ingin mengantisipasi kejahatan dengan memberikan petunjuk praktis bagi masyarakat yang menggunakan *WIFI* publik agar aman dan nyaman, serta terhindar dari peretasan atau pencurian data pribadi.

Data 2

Simak Yuk 4 Langkah Mudah Vaksinasi Bagi Lansia

- 1. Peserta kunjungi situs resmi Kementerian Kesehatan yaitu, www.kemkes.go.id dan www.sehatnegeriku.kemkes.go.id serta situs resmi KPCPEN di www.covid19.go.id**
- 2. Seluruh data peserta akan masuk ke Dinas Kesehatan Provinsi**
- 3. Dinas Kesehatan Provinsi menentukan jadwal serta lokasi vaksinasi**
- 4. Peserta mengikuti program vaksinasi**

KONTEKS: Polri ingin memberikan tips atau langkah-langkah mudah bagi masyarakat lansia yang akan melakukan vaksinasi Covid-19.

Pada data 2, pemilihan diksi menggunakan kata ilmiah dan kata khusus. Kata ilmiah merupakan kata yang biasa digunakan oleh kaum terpelajar atau terdapat pada tulisan-tulisan ilmiah. Pada iklan layanan masyarakat ini terdapat beberapa kata ilmiah, seperti *vaksinasi*, *situs*, dan *program*. Kemudian juga terdapat kata khusus, yaitu kata yang memperlihatkan kepada objek yang khusus dan konkret, seperti *Kementerian Kesehatan* dan *Dinas Kesehatan Provinsi*.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 2 adalah gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa percakapan, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari kata *yuk* pada kalimat “*Simak yuk 4 langkah mudah vaksinasi bagi lansia*”. Dari kalimat tersebut dapat dilihat penggunaan gaya bahasa percakapan yang seakan berkomunikasi untuk mengajak pembaca iklan layanan masyarakat agar menyimak suatu informasi.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 2 adalah gaya sederhana. Gaya ini biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, dan lain sebagainya. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 2, yaitu Polri ingin memberikan tips atau langkah-langkah mudah bagi masyarakat lansia yang akan melakukan vaksinasi Covid-19.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 2 adalah klimaks. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari poin-poin pada iklan layanan masyarakat di atas yang semakin meningkat kepentingannya.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 2 adalah anabasis. Anabasis adalah semacam gaya bahasa klimaks yang terbentuk dari beberapa gagasan yang berturut-turut meningkat kepentingannya. Hal tersebut dapat dibuktikan karena setiap poin yang mengandung gagasan-gagasan pada iklan layanan masyarakat tersebut terus meningkat kepentingannya.

Data 3

Jaga Jarak Itu Keren

KONTEKS: Polri ingin melabelkan masyarakat yang sudah menjaga jarak di masa pandemi sebagai perbuatan yang keren.

Pada data 3, pemilihan diksi menggunakan makna konotasi. Konotasi adalah suatu jenis makna kata yang mengandung arti tambahan, imajinasi, atau nilai rasa tertentu. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan menghubungkan iklan layanan masyarakat tersebut dengan konteksnya. Makna sebenarnya adalah Polri ingin mengapresiasi dengan cara melabelkan masyarakat yang sudah menjaga jarak di masa pandemi sebagai perbuatan yang baik, karena sudah menjaga protokol kesehatan dalam upaya membantu pencegahan penularan virus, hal tersebut dikonotasikan sebagai perbuatan yang *keren*.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 3 adalah gaya bahasa tak resmi. Gaya bahasa tak resmi merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata yang kurang formal pada iklan layanan masyarakat tersebut, yaitu kata *keren*.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 3 adalah gaya mulia bertenaga. Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas dan energi, biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 3, yaitu Polri dengan tegas ingin mengapresiasi dengan cara melabelkan masyarakat yang sudah menjaga jarak di masa pandemi ini sebagai perbuatan yang keren.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 3 adalah paralelisme. Paralelisme adalah semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Dalam hal ini, kata yang dimaksud pada iklan layanan masyarakat tersebut adalah kata *keren* yang digunakan untuk menggantikan kata baik, bagus, atau terpuji.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 3 adalah metonimia. Metonimia adalah suatu gaya bahasa yang mempergunakan sebuah kata untuk menyatakan suatu hal lain, karena mempunyai pertalian yang sangat dekat. Dalam hal ini, kata yang dimaksud pada iklan layanan masyarakat tersebut adalah kata *keren* yang ditautkan dengan perbuatan yang baik, bagus, atau terpuji.

Data 4

Jagalah Jarak Dimanapun Kamu Berada

KONTEKS: Polri berusaha mengimbau masyarakat untuk tetap menerapkan jaga jarak dalam rangka upaya pencegahan penularan virus di masa pandemi.

Pada data 4, pemilihan diksi menggunakan makna denotasi. Denotasi merupakan definisi utama (bahasa kamus) pada suatu kata. Kehadiran denotasi dapat dibuktikan dengan pemaknaan keseluruhan kata pada iklan layanan masyarakat tersebut bersifat arti yang sebenarnya, dan bukan merupakan makna konotasi. Dalam hal ini, Polri benar-benar ingin memberikan imbauan kepada masyarakat untuk tetap menerapkan jaga jarak dalam rangka upaya pencegahan penularan virus di masa pandemi.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 4 adalah gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa percakapan, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari kata *kamu* pada kalimat “*Jagalah jarak dimanapun kamu berada*”. Dari kalimat tersebut dapat dilihat penggunaan gaya bahasa percakapan yang seakan berkomunikasi untuk mengimbau pembaca iklan layanan masyarakat agar melakukan sesuatu.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 4 adalah gaya mulia bertenaga. Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas dan energi, biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 4, yaitu Polri dengan tegas berusaha mengimbau masyarakat untuk tetap menerapkan jaga jarak dalam rangka upaya pencegahan penularan virus di masa pandemi.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 4 mendekati gaya antiklimaks. Antiklimaks merupakan gaya bahasa yang dihasilkan oleh kalimat yang berstruktur mengendur. Pada iklan layanan masyarakat di atas, struktur terpenting adalah “*jagalah jarak*”, kemudian mengendur “*di manapun kamu berada*”.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 4 adalah anastrof atau inversi. Anastrof atau inversi adalah semacam gaya retorik yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat (perubahan unsur-unsur konstruksi sintaksis). Dalam hal ini, penulis teks iklan layanan masyarakat mengubah atau membalikan unsur-unsur kalimat dan lebih memilih menggunakan kalimat “*jagalah jarak di manapun kamu berada*” ketimbang “*di manapun kamu berada, harus selalu menjaga jarak*”.

Data 5

JAGA JARAK BUKAN BERARTI ISOLASI SOSIAL

KONTEKS: Polri berusaha meluruskan pandangan masyarakat bahwa jaga jarak bukanlah sebuah pembatasan sosial.

Pada data 5, pemilihan diksi menggunakan makna denotasi dan kata ilmiah. Denotasi merupakan definisi utama (bahasa kamus) pada suatu kata. Kehadiran denotasi dapat dibuktikan dengan pemaknaan keseluruhan kata pada iklan layanan masyarakat tersebut memiliki arti yang sebenarnya, dan bukan merupakan makna konotasi. Kemudian, kata ilmiah, yaitu kata yang biasa digunakan oleh kaum terpelajar atau terdapat pada tulisan-tulisan ilmiah, seperti *isolasi*.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 5 adalah gaya bahasa tak resmi. Gaya bahasa tak resmi merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata yang tidak terlalu baku atau kaku, serta bukan pula gaya bahasa percakapan karena tidak mengandung kata yang komunikatif.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 5 adalah gaya mulia bertenaga. Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas dan energi, biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 5, yaitu Polri dengan tegas berusaha meluruskan pandangan masyarakat bahwa jaga jarak bukanlah sebuah pembatasan sosial.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 5 adalah paralelisme. Paralelisme adalah semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Dalam hal ini, kata yang dimaksud pada iklan layanan masyarakat tersebut adalah kata *isolasi* yang digunakan untuk menggantikan kata pemisahan atau penyekatan.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 5 adalah metonimia. Metonimia adalah suatu gaya bahasa yang mempergunakan sebuah kata untuk menyatakan suatu hal lain, karena mempunyai pertalian yang sangat dekat. Dalam hal ini, kata yang dimaksud pada iklan layanan masyarakat tersebut adalah kata *isolasi* yang ditautkan dengan istilah pemisahan atau penyekatan.

Data 6

TIPS MENCEGAH PENCURIAN DATA KARTU KREDIT

- **Memantau laporan bank dan kartu kredit dengan cermat.**
- **Utamakan periksa riwayat transaksi, jangan sampai ada transaksi yang mencurigakan.**
- **Datangi atau hubungi customer service bank jika ada transaksi mencurigakan.**
- **Ajukan pembatalan transaksi mencurigakan.**
- **Hapus akses atau blokir sementara kartu kredit jika diperlukan.**

KONTEKS: Polri ingin memberikan petunjuk praktis bagi masyarakat agar terhindar dari pencurian data kartu kredit.

Pada data 6, pemilihan diksi menggunakan kata ilmiah, kata asing, dan kata serapan. Kata ilmiah merupakan kata yang biasa digunakan oleh kaum terpelajar atau terdapat pada tulisan-tulisan ilmiah, seperti *data* dan *laporan*. Pada iklan layanan masyarakat ini, terdapat juga kata asing, yaitu kata yang berasal dari bahasa lain (bukan bahasa Indonesia), seperti *customer service*. Kemudian, terdapat juga kata serapan, yaitu kata yang diserap dari bahasa lain, seperti *kredit*, *bank*, *transaksi*, *akses*, dan *blokir*.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 6 adalah gaya bahasa tak resmi. Gaya bahasa tak resmi merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata yang tidak terlalu baku atau kaku, serta bukan pula gaya bahasa percakapan karena tidak mengandung kata yang komunikatif.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 6 adalah gaya sederhana. Gaya ini biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, dan lain sebagainya. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 6, yaitu Polri ingin memberikan petunjuk praktis bagi masyarakat agar terhindar dari pencurian data pada kartu kredit.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 6 adalah klimaks. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari poin-poin pada iklan layanan masyarakat di atas yang semakin meningkat kepentingannya.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 6 adalah anabasis. Anabasis adalah semacam gaya bahasa klimaks yang terbentuk dari beberapa gagasan yang berturut-turut meningkat kepentingannya. Hal tersebut dapat dibuktikan karena setiap poin yang mengandung gagasan-gagasan pada iklan layanan masyarakat tersebut terus meningkat kepentingannya.

Data 7

**Ngga Perlu Datang Langsung,
Kamu Bisa Tetap Seru-Seruan
Nonton Pertandingan Sepak Bola!**

KONTEKS: Polri berusaha mengimbau kepada masyarakat pecinta sepak bola untuk menonton pertandingan dari rumah saja tanpa perlu datang langsung ke stadion.

Pada data 7, pemilihan diksi menggunakan makna konotasi dan kata slang. Konotasi adalah suatu jenis makna kata yang mengandung arti tambahan, imajinasi, atau nilai rasa tertentu. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan menghubungkan iklan layanan masyarakat tersebut dengan konteksnya. Makna sebenarnya adalah Polri tidak ingin adanya kerumunan masyarakat di masa pandemi, hanya karena menonton pertandingan sepak bola secara langsung di stadion. Selain itu, terdapat juga kata slang, yaitu ragam bahasa tidak resmi yang biasa digunakan kaum remaja atau kelompok sosial tertentu (biasa juga disebut kata gaul). Kata slang yang terdapat pada iklan layanan masyarakat di atas adalah kata *ngga*.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 7 adalah gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa percakapan, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari kata *kamu* pada iklan layanan masyarakat di atas. Dari sana dapat dilihat penggunaan gaya bahasa percakapan yang seakan berkomunikasi menyeru pembaca untuk tidak menonton pertandingan sepak bola secara langsung.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 7 adalah gaya mulia bertenaga. Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas dan energi, biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 7, yaitu Polri dengan tegas mengimbau kepada masyarakat pecinta sepak bola untuk menonton pertandingan dari rumah saja tanpa perlu datang langsung ke stadion. Selain itu, terdapat tanda baca di akhir kalimat berupa tanda seru (!) yang menjadikan kalimat pada iklan layanan masyarakat tersebut menjadi kalimat yang tegas.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 7 adalah klimaks. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Pada iklan layanan masyarakat di atas, struktur gagasan awalnya adalah “*Ngga perlu datang langsung*”, kemudian meningkat “*Kamu bisa tetap seru-seruan nonton pertandingan sepak bola!*”.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 7 adalah anastrof atau inversi. Anastrof atau inversi adalah semacam gaya retorik yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat (perubahan unsur-unsur konstruksi sintaksis). Dalam hal ini, penulis teks iklan layanan masyarakat mengubah atau membalikan unsur-unsur kalimat dan lebih memilih menggunakan kalimat “*Ngga perlu datang langsung, kamu bisa tetap seru-seruan nonton pertandingan sepak bola!*” ketimbang “*Kamu tetap bisa seru-seruan nonton pertandingan sepak bola tanpa perlu datang langsung*”.

Data 8

TIPS AMAN BERKENDARA MOBIL

- 1. Periksa kondisi kendaraan sebelum dihidupkan**
- 2. Jangan lupa membawa SIM dan STNK**
- 3. Jangan menggunakan handphone saat mengemudi**
- 4. Patuhi rambu-rambu lalu lintas**
- 5. Jaga jarak dengan kendaraan lain**
- 6. Hormati penumpang, pengendara lain serta pejalan kaki**
- 7. Jangan lupa memakai masker setiap berkendara**

KONTEKS: Polri ingin memberikan petunjuk praktis bagi masyarakat pengendara mobil agar aman dalam berkendara di masa pandemi.

Pada data 8, pemilihan diksi menggunakan kata konkret dan kata asing. Kehadiran kata konkret dapat dibuktikan dengan adanya kata yang dapat dilihat atau dirasakan oleh indera secara langsung, seperti *mobil*, *SIM*, dan *STNK*. Pada iklan layanan masyarakat ini juga terdapat kata asing, yaitu kata yang berasal dari bahasa lain (bukan bahasa Indonesia), seperti *handphone*.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 8 adalah gaya bahasa tak resmi. Gaya bahasa tak resmi merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan kata yang tidak terlalu baku atau kaku, serta bukan pula gaya bahasa percakapan karena tidak mengandung kata yang komunikatif.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 8 adalah gaya sederhana. Gaya ini biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, dan lain sebagainya. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 8, yaitu Polri ingin memberikan petunjuk praktis bagi masyarakat pengendara mobil agar aman dalam berkendara di masa pandemi.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 8 adalah klimaks. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat

kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari poin-poin pada iklan layanan masyarakat di atas yang semakin meningkat kepentingannya.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 8 adalah anabasis. Anabasis adalah semacam gaya bahasa klimaks yang terbentuk dari beberapa gagasan yang berturut-turut meningkat kepentingannya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari setiap poin yang mengandung gagasan-gagasan pada iklan layanan masyarakat tersebut terus-menerus meningkat kepentingannya.

Data 9

<p>Sedang Berada di Transportasi Umum? Jangan Kendor dan Tetap Patuhi Protokol Kesehatan</p>
--

KONTEKS: Polri berusaha mengingatkan masyarakat pengguna transportasi umum untuk tetap mematuhi protokol kesehatan di masa pandemi.

Pada data 9, pemilihan diksi menggunakan makna konotasi dan kata serapan. Konotasi adalah suatu jenis makna kata yang mengandung arti tambahan, imajinasi, atau nilai rasa tertentu. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan menghubungkan iklan layanan masyarakat tersebut dengan konteksnya. Makna sebenarnya adalah Polri tidak ingin masyarakat acuh terhadap protokol kesehatan di masa pandemi, khususnya apabila sedang berada di transportasi umum, istilah *jangan kendor* digunakan untuk mengimbau masyarakat. Selain itu, terdapat juga kata serapan, yaitu kata yang diserap dari bahasa lain, seperti *transportasi* dan *protokol*.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan pada data 9 adalah gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa percakapan, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Hal ini dapat dilihat dari kehadiran kalimat tanya di awal iklan layanan masyarakat tersebut. Dari sana dapat dilihat penggunaan gaya bahasa percakapan yang seakan berkomunikasi (bertanya) kepada pembaca sebelum akhirnya memberikan imbauan.

Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan pada data 9 adalah gaya mulia bertenaga. Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas dan energi, biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Hal tersebut sejalan dengan konteks iklan layanan masyarakat pada data 9, yaitu Polri dengan tegas berusaha mengingatkan masyarakat pengguna transportasi umum untuk tetap mematuhi protokol kesehatan di masa pandemi.

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan pada data 9 adalah paralelisme. Paralelisme adalah semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Dalam hal ini, kata yang dimaksud pada iklan layanan masyarakat tersebut adalah kata *kendor* (bentuk tidak baku dari *kendur*) yang digunakan untuk menggantikan kata *melemah* atau *berkurang*.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan pada data 9 adalah anastrof atau inversi. Anastrof atau inversi adalah semacam gaya retorik yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat (perubahan unsur-unsur konstruksi sintaksis). Dalam hal ini, penulis teks iklan layanan masyarakat mengubah atau membalikan unsur-unsur kalimat dan lebih memilih menggunakan kalimat “*Sedang berada di transportasi umum? Jangan kendor dan tetap patuhi protokol kesehatan*” ketimbang “*Jangan kendor dan tetap patuhi protokol kesehatan apabila sedang berada di transportasi umum*”.

Diksi dan Gaya Bahasa yang Muncul dalam Teks Iklan Layanan Masyarakat pada Akun Media Sosial Instagram Divisi Humas Polri

Berdasarkan hasil pengumpulan serta analisis data yang dilakukan, penulis menemukan sebanyak 9 data konten iklan layanan masyarakat yang dipublikasi oleh akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri dalam kurun periode 2 sampai 20 Maret 2021. Data-data tersebut mengandung pemilihan diksi dan gaya bahasa yang bervariasi. Data-data tersebut sudah dirangkum pada tabel berikut.

Tabel 1 Hasil Analisis Diksi dan Gaya Bahasa

Sumber Data	Analisis Diksi	Analisis Gaya Bahasa			
		Berdasarkan Pilihan Kata	Berdasarkan Nada	Berdasarkan Struktur Kalimat	Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna
Data 1	Kata konkret Kata ilmiah Kata asing	Percakapan	Sederhana	Klimaks	Prolepsis/ Antisipasi
Data 2	Kata ilmiah Kata khusus	Percakapan	Sederhana	Klimaks	Anabasis
Data 3	Konotasi	Tak resmi	Mulia/ Bertenaga	Paralelisme	Metonimia
Data 4	Denotasi	Percakapan	Mulia/ Bertenaga	Antiklimaks	Anastrof/ Inversi
Data 5	Denotasi Kata ilmiah	Tak resmi	Mulia/ Bertenaga	Paralelisme	Metonimia
Data 6	Kata ilmiah Kata asing Kata serapan	Tak resmi	Sederhana	Klimaks	Anabasis
Data 7	Konotasi Kata slang	Percakapan	Mulia/ Bertenaga	Klimaks	Anastrof/ Inversi
Data 8	Kata konkret Kata asing	Tak resmi	Sederhana	Klimaks	Anabasis
Data 9	Konotasi Kata serapan	Percakapan	Mulia/ Bertenaga	Paralelisme	Anastrof/ Inversi

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa data-data hasil analisis mengandung pemilihan diksi dan gaya bahasa yang bervariasi. Pada pemilihan diksi, terdapat 2 data yang menggunakan denotasi, 3 data menggunakan konotasi, 2 data menggunakan kata konkret, 4 data menggunakan kata ilmiah, 3 data menggunakan kata asing, 2 data menggunakan kata serapan, 1 data menggunakan kata khusus, dan 1 data menggunakan kata slang.

Relevansi Hasil Analisis Teks Iklan Layanan Masyarakat pada Akun Media Sosial Instagram Divisi Humas Polri sebagai Bahan Ajar dalam Pembelajaran Teks Iklan Tingkat SMP

Seperti yang sudah peneliti sebutkan di pendahuluan, bahwa saat ini iklan layanan masyarakat tidak lagi terbatas pada media cetak (seperti surat kabar, majalah, dan spanduk) saja. Iklan layanan masyarakat pada

media cetak dinilai tidak modern dan tidak mampu memiliki jangkauan sasaran yang lebih luas. Iklan layanan masyarakat saat ini sudah hadir pada media noncetak, seperti radio, televisi, bahkan internet (khususnya media sosial). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil analisis diksi dan gaya bahasa, kemudian merelevansikannya sebagai bahan ajar. Oleh karena itu, analisis ini akan membuktikan bahwa konten iklan layanan masyarakat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri dapat dijadikan alternatif bahan ajar bagi pendidik dan peserta didik tingkat SMP dalam pembelajaran Bahasa Indonesia materi teks iklan. Berikut ini kompetensi dasar materi teks iklan tingkat SMP.

Tabel 2 Kompetensi Dasar Materi Teks Iklan Tingkat SMP

No.	Kompetensi Dasar
1	3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.
2	4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber.
3	3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.
4	4.4 Menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis.

Dari hasil analisis konten iklan layanan masyarakat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri, ditemukan bahwa data-data hasil analisis mengandung informasi dan pesan yang bisa disimak, memiliki struktur atau pola penyajian kebahasaan, serta memiliki pemilihan diksi dan gaya bahasa yang bervariasi. Beberapa hal tersebut dapat dijadikan indikator sebagai bukti bahwa iklan pada media sosial khususnya pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri mampu dijadikan bahan ajar pada pembelajaran teks iklan karena sesuai dengan kebutuhan kompetensi dasar pembelajaran Bahasa Indonesia materi teks iklan.

Oleh karenanya, di sini peneliti memanfaatkan hasil penelitian ini untuk dijadikan bahan ajar pada pembelajaran teks iklan tingkat SMP. Bahan ajar ini penulis sajikan ke dalam bentuk gabungan visual dan multimedia, yaitu gambar iklan layanan masyarakat pada internet (akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri) dengan karakteristik *adaptive* dan *user friendly*, yaitu karakteristik bahan ajar yang memiliki sifat beradaptasi terhadap pengetahuan dan teknologi serta mampu membantu dan bersahabat dengan pemakainya, termasuk kemudahan pemakai dalam merespons serta mengakses sesuai dengan keinginan peserta didik, tentunya dengan berpedoman pada kompetensi dasar agar materi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam Analisis Diksi dan Gaya Bahasa Iklan Layanan Masyarakat pada Akun Media Sosial *Instagram* Divisi Humas Polri serta Relevansinya sebagai Bahan Ajar Tingkat SMP, dapat disimpulkan bahwa konten iklan layanan masyarakat pada akun media sosial *Instagram* Divisi Humas Polri mengandung pemilihan diksi dan gaya bahasa yang bervariasi, sehingga dapat menjadi alternatif bahan ajar bagi pendidik maupun peserta didik tingkat SMP, tentunya dengan berpedoman pada kompetensi dasar agar materi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah Swt. Karya ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua, keluarga besar, sahabat-sahabat, guru-guru, dan semua orang yang pernah memberikan semangat dan pengalaman dalam hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaidar, H. (2014). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pembelajaran Di Sma Muhammadiyah Tarakan*. *Jurnal Kebijakan Dan Pengembangan Pendidikan*. 2 (2), 184-192.
- Finoza, L. (2002). *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Mulia.
- Henderi., Muhammad, Y., & Yuliana, I. G. (2007). *Pengertian Media Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Keraf, G. (2006). *Diksi Dan Gaya Bahasa (Cetakan Xvi)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kosasih, E. (2017). *Buku Teks Bahasa Indonesia Smp/Mts Kelas Viii Edisi Revisi 2017*. Jakarta: Kemendikbud.
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, Dan Tekniknya*. Yogyakarta: Rajawali Press.
- Narbuko, C., & Abu, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Novianti, E. Et Al. (2020). *Pemfanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Skretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)*. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. 11 (1), 48-59.
- Putrayasa, I. B. (2007). *Analisis Kalimat: Fungsi, Kategori, Dan Peran*. Bandung: Refika Aditama.
- Ratna, N. K. (2016). *Stilistika Kajian Puitika Bahasa, Sastra, Dan Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Soejono., & Abdurrahman. (1999). *Metode Penelitian: Suatu Pemikiran Dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, H. G. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Tinarbuko, S. (2007). *Semiotika Iklan Sosial (Bagian I)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Triningsih, D. E. (2009). *Diksi (Pilihan Kata)*. Klaten: Intan Pariwara.
- Widyaningsih, M., Hendra, S., & Ferina, M. (2021). *Analisis Gaya Bahasa Pidato Bupati Karawang Dalam Topik Imbauan Serta Rekomendasinya Sebagai Materi Pembelajaran Teks Pidato Di Mts*. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*. 3(5), 3090–3104