

**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN MASYARAKAT UNTUK
MENINGKATKAN LITERASI MEDIA SISWA KELAS VIII
MTS.HIDAYATULLOH KOTA BLITAR JATIM**

Oegik Sri Lestariningsih¹, Sujinah²
Universitas Muhammadiyah Surabaya^{1,2}
oegiksrilestari@gmail.com

Abstract

This research is entitled Semiotic Analysis of Public Advertisements to Improve Media Literacy of Class VIII Students of Mts. Hidayatulloh, Blitar City, East Java. The author chose the MTs as a research material and data collection. Learning public service advertisements is included in the class VIII semester 1 material of the independent curriculum, which focuses on understanding the structure, language elements (persuasive; imperative, rhyme, concise, positive) through interactive and reflective learning. Introducing the elements and types of advertisements including offer advertisements, public service advertisements, and others. In this material, students can analyze and create effective and relevant advertisements; connect the material with everyday life and are introduced to various types of public advertisements and examples. Public service advertisements are very important because they contain messages from the government. For example, educational advertisements, tax advertisements, electricity advertisements, regional drinking water company advertisements, traffic regulations advertisements, environmental service advertisements and health advertisements. Educational advertisements are intended to realize the importance of education for development and to educate the nation and state. Tax advertisements are expected to make the community obedient to taxes; electricity advertisements so that people use electricity wisely; drinking water advertisements so that people maintain water sanitation; environmental advertisements so that people maintain cleanliness and beauty of the environment; traffic regulations advertisements so that people are aware and obey traffic regulations; health advertisements are expected to be able to implement a healthy lifestyle; all of which aim to educate and direct society towards the common good. The method and approach in this study are qualitative descriptive because they aim to describe the conditions in the field. Data collection techniques are carried out through test questionnaires/questions addressed to Indonesian language teachers and class VIII students of MTs. Hidayatulloh, Blitar City, so as to obtain accurate data. The data from this study went through 1 (one) cycle because 99% (ninety-nine percent) of students were able to answer questions correctly and were in accordance with the minimum completeness criteria (KKM), namely 75. The author hopes that one day he can examine students' abilities with other materials. The author realizes that there are still many shortcomings or weaknesses in this study, therefore constructive criticism and suggestions are highly expected. Thus the author expresses his gratitude.

Keywords: *Semiotic Analysis Of Community Advertisements To Improve Media Literacy Of Grade VIII Students At Mts Hidayatulloh, Blitar City.*

Abstrak

Penelitian ini berjudul Analisis Semiotika Iklan Masyarakat Untuk Meningkatkan Media Literasi Siswa Kelas VIII Mts.Hidayatulloh Kota Blitar Jatim. Penulis memilih MTs tersebut sebagai bahan penelitian dan pengambilan data. Pembelajaran iklan layanan masyarakat terdapat pada materi kelas VIII semester 1 kurikulum merdeka , yang berfokus pada pemahaman struktur, unsur bahasa (persuatif; imperatif, rima ,ringkas, positif)melalui pembelajaran yang interaktif dan reflektif.Mengenalkan unsur-unsur serta jenis iklan termasuk iklan penawaran , iklan layanan masyarakat , dan lain-lain. Pada materi tersebut siswa bisa menganalisis dan membuat iklan yang efektif dan relevan; menghubungkan materi dengan kehidupan sehari-hari dan diperkenalkan macam-macam iklan masyarakat beserta contoh-contohnya. Iklan layanan masyarakat sangat penting karena terdapat pesan-pesan dari pemerintah. Misalnya iklan Pendidikan,iklan pajak ,iklan listrik,iklan perusahaan air minum daerah , iklan tata tertib lalu lintas , iklan dinas lingkungan hidup dan iklan kesehatan. Iklan Pendidikan supaya menyadari arti pentingnya pendidikan untuk pembangunan dan mencerdaskan bangsa dan negara. Iklan pajak diharapkan masyarakat taat akan pajak ; iklan listrik supaya masyarakat menggunakan listrik dengan bijak ; iklan air minum supaya masyarakat menjaga sanitasi air ; iklan lingkungan hidup supaya masyarakat menjaga kebersihan dan keindahan lingkungan; iklan tatatertib lalu lintas supaya masyarakat berkesadaran dan taat pada tata tertib lalu lintas; iklan kesehatan diharapkan masyarakat mampu untuk menerapkan pola hidup sehat ;yang semua itu bertujuan untuk mendidik dan mengarahkan masyarakat menuju kebaikan bersama. Metode dan pendekatan dalam penelitian ini adalah Deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk menggambarkan keadaan yang terdapat di lapangan .Teknik pengumpulan data dilakukan melalui angket test/pertanyaan yang ditujukan kepada guru Bahasa Indonesia dan siswa kelas VIII MTs.Hidayatulloh Kota Blitar,sehingga mendapatkan data yang tepat. Data hasil penelitian ini melalui 1 (satu) siklus karena 99 % (Sembilan puluh Sembilan persen) siswa mampu menjawab pertanyaan dengan benar dan sudah sesuai dengan kriteria ketuntasan minimal (KKM) yaitu 75. Penulis berharap semoga suatu saat bisa meneliti kemampuan siswa dengan materi yang lain. Penulis menyadari masih banyak kekurangan atau kelemahan pada penelitian ini ,oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan. Demikian penulis mengucapkan terimakasih.

Kata Kunci: Analisis Semiotika Iklan Masyarakat Untuk Meningkatkan Media Literasi Siswa Kelas VIII Di Mts Hidayatulloh Kota Blitar.

A. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari kita pun tidak terlepas dari berbagai iklan di sekeliling kita .Iklan itu berasal dari media elektronik maupun media cetak.

Media elektronik misalnya : radio ,televisi, internet : youtube , Instagram, FB , Tik-Tok, dan lain-lain, sedangkan media cetak yaitu media yang digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa melalui koran, majalah, , bulletin, dll.

Semua itu bertujuan untuk mempromosikan barang,jasa , dan kegiatan.

Salah satu yang ingin penulis teliti adalah iklan layanan masyarakat , yaitu salah satu iklan yang berasal dari dinas atau instansi pemerintah.

Iklan layanan masyarakat ini berasal dari beberapa dinas /instansi pemerintah

Contoh : PLN (perusahaan Listrik negara), PDAM (Perusahaan daerah air minum), Dinas Kesehatan , Dinas sosial, dll.

Masing-masing iklan berbeda karena tergantung kebutuhan Tujuan iklan layanan masyarakat adalah untuk memberikan informasi kepada khalayak tentang pentingnya sesuatu hal yang misalnya berkaitan dengan kelistrikan , kesadaran berlalu lintas ,serta Kesehatan.

Semiotik ilmu yang mempelajari tanda dan makna , serta bagaimana tanda tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan.

Konsep Utama :

- a. Tanda ; sebuah entitas yang mewakili /menggambarkan sesuatu yang lain.
- b. Penanda signifikan :bentuk fisik , materi dari tanda (misalnya: kata merah atau gambar apel.
- c. Petanda (signifiend) konsep, ide , atau makna yang diasosiasikan dengan penanda (konsep apel sebagai buah yang manis dan sehat)
- d. Proses : di mana tanda menciptakan makna

Ruang Lingkup

- a. Berbagai bentuk komunikasi :semiotika digunakan untuk menganalisis berbagai bentuk komunikasi .mulai dari Bahasa verbal hingga Bahasa tubuh,musik ,gambar, dan symbol budaya.
- b. Pemahaman budaya :membantu memahami bagaimana budaya menciptakan makna melalui tanda-tanda yang digunakan dalam masyarakat.

A. Pengertian semiotik

Semiotik ilmu yang mempelajari tanda dan makna , serta bagaimana tanda tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan.

Konsep Utama :

- a. Tanda ; sebuah entitas yang mewakili /menggambarkan sesuatu yang lain.
- b. Penanda signifikan :bentuk fisik , materi dari tanda (misalnya: kata merah atau gambar apel.
- c. Petanda (signifiend) konsep, ide , atau makna yang diasosiasikan dengan penanda (konsep apel sebagai buah yang manis dan sehat)

d. Proses : di mana tanda menciptakan makna.

1. Berbagai bentuk komunikasi :semiotika digunakan untuk menganalisis berbagai bentuk komunikasi .mulai dari Bahasa verbal hingga Bahasa tubuh,musik ,gambar, dan symbol budaya.
2. Pemahaman budaya :membantu memahami bagaimana budaya menciptakan makna melalui tanda-tanda yang digunakan dalam masyarakat.

Tokoh Penting yang berkaitan dengan penelitian:

1. **Ferdinand de saussure** ;memandang semiotika sebagai ilmu yang mengkaji tanda sbg bagian dari kehidupan sosial.
2. **Rhonal Barthes**
Mengembangkan semiotika untuk mengartikan tanda dan konsep mitos dalam budaya.
3. **Charles sandes peirce**
Salah satu tokoh perintis semiotika Bersama dengan Ferdinand de saussure menjadi dasar bagi kita.

Pengertian semiotika: studi tentang tanda dan makna secara lebih spesifik,semiotika mencakup analisis tentang bagaimana tanda-tanda digunakan untuk menyampaikan pesan, bagaimana tanda-tanda tersebut di interpretasikan oleh penerima , dan bagaimana makna-makna tersebut dibangun dalam berbagai konteks budaya, sosial ,dan inguistik.

Konsep dasar semiotika adalah : tanda, tanda adalah entitas yang menggambarkan sesuatu yang lain . Setiap tanda terdiri dari 2 komponen penting “Signifier/penanda ‘ yang merupakan bentuk fisik atau materi dari tanda yang signified/ yang diartikan . merupakan konsep, ide, makna yang dikaitkan dengan tanda tersebut.

Tentang struktur dan fungsi tanda di dalam sistem yang komplek ,seperti Bahasa , symbol ,dan tanda visual. Pemahaman tentang struktur dan fungsi tanda di dalam sistem komunikasi . tanda-tanda terorganisir dalam sistem yang komplek ,seperti Bahasa ,symbol budaya, atau tanda visual .Pemahaman tentang tanda-tanda tersebut berinteraksi dan membentuk makna. Membantu kita memahami bagaimana komunikasi dilakukan dan dipahami dalam konteks sosial , budaya.

B. Pengertian Iklan layanan Masyarakat

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.

C. Tujuan dan fungsi

1. **Menginformasikan** : memberikan informasi tentang masalah sosial atau program pemerintah.
2. **Mempengaruhi** : mengajak untuk mengubah sikap dan perilaku menjadi Lebih baik.
3. **Mengingat** : menjadi pengingat berkelanjutan tentang isu-isu sosial yang penting.

B.Iklan Layanan Masyarakat ;

- 1) Iklan Kesehatan : iklan yang berasal dari dinas Kesehatan yang berisi tentang ajakan pola hidup sehat dan hal-hal berkaitan dengan Kesehatan .

Berikut ini contoh iklannya:..



- 2) Iklan Perusahaan Listrik Negara : iklan yang berasal dari perusahaan listrik negara bertujuan untuk penerangan dan penyaluran kebutuhan energi listrik pada masyarakat.

Berikut contoh gambar iklan penerangan :



- 3) Iklan Dinas Lingkungan hidup : Iklan yang berasal dari dinas lingkungan hidup (D.L.H). Bertujuan untuk menjaga ,memelihara dan merawat **lingkungan baik itu udara**, tanah dan air. Mencegah dari pencemaran \polusiBerikut contoh iklan dari dinas Lingkungan



- 4) Iklan dari dinas lalulintas Jalan raya/ DLLJR
Iklan dari dinas lalulintas dan jalan raya ,iklan ini bertujuan untuk menertibkan masyarakat agar patuh berlalulintas.

Berikut contoh iklan dari Dinas Lalulintas Jalan Raya:



5) Iklan dari dinas paj





6) Aspek Kebahasaan

Aspek kebahasaan dalam semantik mencakup analisis berbagai jenis makna seperti makna leksikal, gramatikal, denotatif (makna harfiah) dan konotatif (makna tambahan atau asosiatif);

Jenis-jenis Makna :

- Makna Leksikal : Makna yang terdapat dalam kamus /leksikon.
- Makna gramatikal: Makna yang muncul akibat hubungan antarkata dalam sebuah kalimat.
- Makna Denotatif : Makna tambahan atau atau asosiatif yang menyertai makna denotatif ,seringkali bersifat emosional atau nilai rasa.
- Makna tambahan atau asosiatif yang menyertai makna denotatif ,seringkali bersifat emosional.

Fenomena kebahasaan :

- Campur Kode: Penggunaan dua Bahasa /lebih dalam suatu percakapan dalam satu kalimat .Contohnya : fenomena Bahasa jaksel yang mencampur Bahasa Indonesia dan inggris.
- Bahasa gaul :Penggunaan Bahasa slang yang sering digunakan oleh anak muda untuk ekspresi pergaulan contohnya adalah kata 'Bucin' budak cinta , kata gercep : gerak cepat.
- Inovasi kata : penciptaan kata-kata baru atau perubahan makna dari kata yang sudah ada, seringkali melalui penyingkatan peng- gabungan kata , contoh :Nongki dari dari kata

nongkrong.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan adalah pandangan atau filosofi dasar tentang bagaimana sesuatu harus dilakukan ,misalnya pembelajaran atau penelitian.

Metode adalah prosedu,Langkah-langkah atau cara spesifik untuk mengimplementasikan pendekatan tersebut,yang berfungsi menjabarkan rencana agar tujuan tercapai secara praktis dan sistematis

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif ,pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan.Teknik pengumpulan data dilakukan melalui angket test pertanyaan terhadap guru Bahasa Indonesia dan siswa kelas VIII MTs Hidayatulloh di Kota Blitar.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Memberikan Soal-Soal Materi Iklan Layanan Masyarakat Pada Guru Mapel Bahasa Indonesia pada hari senin, 12 Januari 2026

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sejak tahun berapa Bpk/Ibu mengajar di sekolah ini?	2012
2.	Kurikulum apakah yang diterapkan di sekolah ini?	Kurikulum Merdeka
3.	Bagaimana pendapat Bpk/ibu tentang kurikulum deeplearning?	Sangat bagus ,mengingat keberagaman peserta didik .
4.	Apakah RPP/SILABUS yang Bpk/ibu terapkan sekarang sudah deeplearning?	Pada praktiknya iya
5.	Metode apa yang Bpk/Ibu gunakan untuk materi ajar iklan khususnya iklan layanan masyarakat ?	PBL DAN PJBL Problem Based Learning

6.	Apakah siswa sudah mampu membuat iklan masyarakat ?	ya
7.	Bagaimana jika ada siswa yang belum mampu memahami materi iklan masyarakat dan belum mampu untuk membuatnya?	Membuat stimulus berupa praktik pembuatan ,yang mudah mereka pahami ,yang ada di sekitar mereka.

Dari hasil wawancara tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa guru Bahasa Indonesia menerapkan kurikulum Merdeka dan Deep learning, yang diprogramkan oleh pemerintah serta menggunakan metode belajar yang disesuaikan dengan materi dan kondisi siswa di kelas.

2. Memberikan Pertanyaan-pertanyaan pada Siswa tentang Materi Iklan Layanan Masyarakat. Hari Senin, 12 Januari 2026

No	Nama siswa	Pertanyaan	1	2	3	4	5	skor	Keterangan
1.	Ali Rahmatullah	1. Apa yang kamu ketahui tentang iklan layanan masyarakat?	10	20	20	20	20	90	Lulus
2.	Adelia Naili	2. Darimana kamu dapatkan informasi tentang iklan layanan masyarakat?	20	20	20	20	20	100	Lulus
3.	Dara wangi Iswara	3. Sebutkan 4 Contoh iklan masyarakat?	10	10	20	20	20	80	Lulus
4.	Hanum Putri Azahra	4. Sebutkan 4 macam contoh medsos yang digunakan untuk promosi iklan masyarakat?	20	20	20	20	20	100	Lulus
5.	Laila Putri Calista	5. Buatlah dalam gambar ,2	20	20	20	20	20	100	Lulus

		contoh/jenis iklan masyarakat!							
6.	Lintang Alivia Putri		-	20	-	20	20	60	Remidi
7.	Khalifah		20	20	20	20	20	100	Lulus
8.	Kaffa Nila Salma		10	5	20	20	20	75	Lulus
9.	M.Azam Rifai		20	20	20	20	20	100	Lulus
10.	Zahara Khatan		10	15	20	20	20	85	Lulus

Hasil Penelitian dari 10 (sepuluh) siswa kelas VIII MTs.Hidayatulloh Kota Blitar Yang lulus mengerjakan sebanyak 9 (Delapan) dan yang Remidi 1 (satu) siswa. Hal ini menunjukkan Sebagian siswa memahami sudah memahami materi tentang iklan layanan Masyarakat. Pada siklus pertama ini peneliti hanya meneliti satu kali karena siswa yang remidi hanya satu . itu artinya 99 % siswa memahami materi iklan.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian literatur /media internet tentang iklan layanan masyarakat, dapat penulis simpulkan bahwa dalam isi iklan layanan banyak symbol-simbol /tanda yang bisa dibaca /diterjemahkan karena symbol-symbol tersebut bermakna.

Banyak aspek-aspek Bahasa yang berkaitan dengan penyusunan iklan layanan masyarakat. Seperti aspek linguistik, semantik ,sitaksis ,filsafat Bahasa dan lain lain.

Semoga artikel ilmiah ini dapat bermanfaat untuk teman-teman /pengkaji yang lain, kritik ,saran, dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan untuk karya yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- IS Rahayu.2021.SEMIOTIKA.Jurnal Komunikasi.journal.ubm.ac.id
- NT.Harnia.2021.Analisis Semiotika makna cinta pada lirik lagu Tak sekedar cinta.Jurnal metamorfosa.ejurnal.bbg.ac.id
- NS.Talani,dkk.2023. Problem tafsir Semiotika dalam kajian media dan komunikasi.Jurnal magister ilmu komunikasi.journal.ubm.ac.id
- Y.Mudjiono.2011.Kajian Semiotika dalam film.Jurnal ilmu komunikasi.jurnalfdk.uinsa.ac.id
- F.Handayani,dkk.Analisis semiotika logo dagadu.Jurnal ilmu ushuludin.jurnalfuad.org

- DR.Puspitasari.2021.Nilai Sosial budaya dalam film Tilik(Kajian Semiotika Charles shandes pierce)Jurnal komunikasi.2021.journal.ubm.ac.id
- T.Pujiati.2015.Analisis Semiotika structural pada iklan Top coffe.Jurnal sasindo Unpam.download.garuda.kemendikbud.go.id
- T.Sya'Dian.2015.Analisis Semiotika pada film Laskar Pelangi.Jurnal Proporsi.schoolar.archive.org
- AS.Nahda,dkk.2022.Kajian Semiotika dalam animasi 3D Let's Eat.Jurnal Nawala visual.jurnal.idbbali.ac.id
- R.Hidayat.2014.Analisis Semiotika makna motivasi pada lirik lagu "Laskar Pelangi"karya Nidji.Jurnal ilmu komunikasi.ejournal.ilkom.fisip.unmul.ac.id
- M.Rifki,dkk.2025.Strategi penggunaan humor pada iklan layanan masyarakat.Jurnal penelitian innovative.Jurnal-id.com
- A.Kurnia,dkk.2025.Merancang Strategi kreatif produksi iklan layanan masyarakat dalam menyampaikan pesan sosial.Indonesian jurnal for social.ojs.bakrie.ac.id
- S.Nurhalima,dkk.2025.Perancangan iklan layanan masyarakat tentang bahaya gadget dalam kehidupan sehari-hari.Jurnal seni dan desain.e-journal.umaha.ac.id
- E.Khairifa.2023.Efektifitas iklan layanan masyarakat di televisi.Komunika.talenta.usu.ac.id
- S.AZLI,dkk.2024.Dampak Etika periklanan terhadap efektifitas iklan layanan masyarakat.Hamoni jurnal ilmu komunikasi.elibrary.ru
- F.Fujimori,dkk.2022.Efektifitas iklan layanan masyarakat .Adaptasi kebiasaan baru cegah covid 19 di fasilitas olahraga dalam media youtube.kiwari.journal.untar.ac.id
- U.Ubaidillah.2025.Fungsi sintaksis leksikon berafiks dalam iklan layanan masyarakat.Bahasa dan sastra.conference.trunojoyo.ac.id
- RS.Abdurahman.2025.Perancangan iklan layanan masyarakat kampanye program kampung madani di kelurahan gayungan.BARIK.ejournal.unesa.ac.id
- SF.Syifa,dkk.2025.Kohesi leksikal dalam poster dan iklan layanan masyarakat di kota pekalongan.Jurnal Pendidikan Bahasa.online-jurnal.unja.ac.id
- NA Nugroho,dkk.2025.Iklan layanan masyarakat dalam mempengaruhi opini publik.Dialogika.ejournal.appisi.or.id
- H.Mubarrok,dkk.2025.Representasi kemuliaan seorang ibu perpektif budaya madura dalam puisi Zawawi Imron :Kajian Semiotika Roland Barthes.GHANCARAN.ejournaliainmadura.ac.id

- MR.Firshawardana,dkk.Visual Storytelling untuk promosi Analisis Semiotika Roland Barthes dalam iklan Gigih Raih kemenangan Bersama BCA.jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id.
- AD.Panuluh,dkk.2025.Studi literatur Semiotik sebagai ilmu yang mempelajari tanda-tanda dalam Karya Sastra.[Jurnal Pesastra.pesastra.com](http://Jurnal.Pesastra.pesastra.com)
- M.Musliadi,dkk.2025.Bahasa Visual dalam iklan digital:Studi Semiotika pada platform Media Sosial.Retorika Jurnal Kajian.journal.uiad.ac.id
- SR.Permatahati,dkk.2025.Analisis Semiotik Pada Album Karya Tulus.[Jurnal Ilmiah .journal.unpas.ac.id](http://Jurnal.Ilmiah.journal.unpas.ac.id)
- Y.Meilani Parol.2025.Analisis Tindak Tutur ILOKUSI dalam iklan Layanan Masyarakat di Instagram Dinkesjabar.[Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra](http://Jurnal.Pendidikan.Bahasa.dan.Sastra).
- IWP.Sukartika,dkk.2025.Penciptaan Iklan Layanan Masyarakat dengan Tema Pengelolaan Sampah Rumahtangga.[Jurnal Film.jurnal2.isi-dps.ac.id](http://Jurnal.Film.jurnal2.isi-dps.ac.id)
- H.Hafiz Adnan.2025.Perancangan Vidio Iklan Layanan Masyarakat Berjudul Litered.repository.mercubuana.ac.id
- R.Sinaga,dkk.2025.Representasi Vidio Iklan Layanan Masyarat Stop Judi Online Kejaksan RI dalam Perspektif Psikologi Komunikasi.Publik dan Ilmu.jurnalmahasiswa.uma.ac.id
- A.Rosmiati,dkk.2025.Analisis Struktur wacana iklan pada infografik Jenis Layanan Masyarakat Tentang Pencegahan Virus Corona.[Citrawirya jurnal.jurnal.isi-ska.ac.id](http://Citrawirya.jurnal.jurnal.isi-ska.ac.id).