

ABSTRAK

Galang Ramadhan. 2019. *Makna Kontekstual dalam Komunikasi Iklan Produk Kesehatan Obat Cacing di Televisi (Kajian Semantik)*. Skripsi, Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang makna kontekstual dalam komunikasi iklan produk kesehatan obat cacing di televisi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini berfokus pada makna kontekstual dalam komunikasi iklan obat cacing di televisi menggunakan kajian semantik. Objek dalam penelitian ini ialah iklan produk kesehatan obat cacing berupa iklan *Combantrin* dan *Konvermex* pada tahun 2015-2018. Berkaitan dengan tujuan penelitian tersebut metodologi yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan model analisis isi Miles and Huberman. Data penelitian ini komunikasi berupa dialog dan kegiatan yang dikumpulkan dengan teknik merekam data kemudian mentranskripsi data dengan cara menyimak, lalu menyalin kembali dialog serta kegiatan pada data iklan produk kesehatan iklan di televisi. Instrumen utama dalam penelitian ini ialah instrumen yang dibuat oleh peneliti sendiri (*human instrument*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga unsur yang membangun makna kontekstual yang terdiri dari *setting* berjumlah 18 data, *kegiatan* berjumlah 20 data, dan *relasi* berjumlah 17 data. Ketiga unsur tersebut dibedah melalui instrumen penelitian dan kemudian penelitian ini dapat ditemukan makna kontekstualnya. Kesimpulan hasil penelitian ini ialah makna kontekstual dapat diketahui dengan mengetahui unsur *setting*, *kegiatan*, dan *relasi*. Dalam iklan produk kesehatan obat cacing di televisi pada umumnya makna kontekstual terjadi ketika *kegiatan* dilakukan dengan penjelasan berupa dialog, sehingga makna dalam iklan tersebut bisa dipahami sesuai dengan konteks. Penelitian ini dapat diimplikasikan pada jenjang SMP kelas VIII KD 3.3 mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, dan poster dan 4.3 menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster.

Kata kunci: *semantik, makna kontekstual, iklan di televisi.*

ABSTRACT

Galang Ramadhan. 2019. Contextual Meaning in Communication of Worm Medicine Health Product Advertising on Television (Semantic Study). Thesis, Indonesian Language and Literature Education, Faculty of Language and Art, Jakarta State University.

This study aims to obtain information about contextual meaning in communication of worm medicine health product advertisements on television. This type of research is descriptive qualitative. This research focuses on contextual meaning in the communication of worm medicine advertisements on television using semantic studies. The object of this research is the advertisement of worm medicine health products in the form of *Combantrin* and *Konvermex* advertisements in 2015-2018. Related to the research objectives, the methodology used is descriptive qualitative. The data analysis technique used is the Miles and Huberman content analysis model. The data of this research are communication in the form of dialogs and activities collected by recording data techniques then transcending data by listening, then copying back dialogues and activities on the health advertising data advertisement on television. The main instrument in this study is the instrument made by the researchers themselves (human instruments). The results of this study indicate that there are three elements that construct contextual meaning consisting of 18 data settings, 20 data activities, and 17 data relations. The three elements are dissected through the research instrument and then this research can be found its contextual meaning. The conclusion of this research is contextual meaning can be known by knowing the elements of setting, activities, and relationships. In advertising worm medicine health products on television in general contextual meaning occurs when the activity is carried out with an explanation in the form of dialogue, so that the meaning in the advertisement can be understood in accordance with the context. This research can be implicated at the junior high school level VIII KD 3.3 identifying information on ad text, slogans, and posters and 4.3 summarizing the contents of advertisements, slogans, or posters.

Keywords: *semantics, contextual meaning, advertising on television.*