

Bentuk dan Nilai Komunikasi Iklan Layanan Masyarakat Kepolisian Daerah Sumsel Tahun 2015

Nurullaningsih³

ABSTRAK: Upaya pembentukan, pembinaan, dan pengembangan kebudayaan atau karakter masyarakat melalui bahasa telah dilakukan oleh Kepolisian Daerah Sumatera Selatan (Polda Sumsel) dan Kepolisian Kota Besar Palembang (Poltabes Palembang), upaya tersebut melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Beberapa ungkapan yang tertera pada iklan layanan masyarakat dimaksudkan untuk memberikan informasi, himbauan, ajakan, atau larangan. Fungsi iklan layanan masyarakat yakni perubahan sikap setelah mereka membacanya. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk maksud dari ILM tersebut. Pada ILM yang berupa kalimat deklaratif atau kalimat imperatif tersebut sekilas hanya memberikan informasi atau hanya berupa himbauan saja, namun jika dikaji lebih mendalam, slogan pada spanduk-spanduk ILM memiliki implikasi yang harus dilakukan oleh pengendara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Berdasar hasil analisis terhadap 16 iklan layanan masyarakat yang dikeluarkan oleh Kepolisian Daerah Sumatera Selatan (Polda Sumsel) yang di pasang di lokasi strategis di Kota Palembang selama tahun 2015 ini di dapati, iklan masyarakat tersebut bukan hanya berupa himbauan atau suruhan tetapi juga berupa larangan, ajakan, dan informasi.

Kata-kata kunci: *bentuk, nilai komunikasi.*

³ *Dosen FKIP Universitas Tridimanti Palembang*

PENDAHULUAN

Pesan merupakan suatu hal yang menjadi tujuan dari sebuah komunikasi lisan maupun tulis. Pesan dirancang oleh komunikator (*persuader*) untuk disampaikan komunikasi melalui saluran komunikasi tertentu. Penyandian pesan (*encoding*) akan disesuaikan dengan karakteristik saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan kepada komunikan, karena saluran suatu pesan dikemas. Pesan yang sampai kepada komunikan akan diterima melalui proses pemaknaan pesan (*decoding*) (Ritonga, 2002: 20). Upaya pembentukan, pembinaan, dan pengembangan kebudayaan atau karakter masyarakat melalui bahasa telah dilakukan oleh Kepolisian Daerah Sumatera Selatan (Polda Sumsel) dan Kepolisian Kota Besar Palembang (Poltabes Palembang), upaya tersebut melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM) berupa spanduk-spanduk atau banner-banner yang dipasang di tempat-tempat strategis seperti di persimpangan lampu merah, jalan-jalan protokol, bundaran air mancur, *flyover*, pagar sekolah atau pagar gedung-gedung perkantoran.

Iklan layanan masyarakat sebagai salah satu media untuk menyampaikan pesan sosial, memiliki peran yang penting bagi terciptanya kesadaran masyarakat. Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu wacana yang menggunakan tuturan-tuturan pragmatik. Hal ini disebabkan, iklan layanan masyarakat dibuat untuk menyatakan atau memberikan informasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui tuturan yang dimaksud dan melaksanakan atau melakukan apa yang diinginkan oleh si pembuat iklan. Kalimat-kalimat yang diujarkan dalam iklan layanan masyarakat beragam dan mempunyai tujuan untuk memberitahu, memberi informasi, memberikan himbauan, ajakan atau larangan kepada masyarakat.

Spanduk atau banner yang terpasang di lokasi strategis tersebut seharusnya dijadikan sarana komunikasi untuk membujuk dan memberi informasi tentang hal-hal yang perlu diketahui masyarakat. Misalnya iklan layanan masyarakat tentang tata tertib berlalu lintas. Banyak masyarakat yang kurang peka dan kurang memperhatikan maksud yang ingin disampaikan pihak kepolisian. Pihak kepolisian mempunyai maksud agar para pengguna jalan untuk

tertib berlalu lintas. Iklan layanan masyarakat seperti ini dimaksudkan untuk menekan tingginya angka kecelakaan di jalan yang dapat merenggut nyawa. Misalnya iklan tentang penggunaan helm standar. Iklan layanan masyarakat ini dipasang di tempat-tempat strategis untuk memberikan pembinaan kepada masyarakat Kota Palembang untuk menggunakan helm yang berstandar nasional. Meskipun telah diberikan himbauan menggunakan helm SNI namun mereka masih sering melakukan pelanggaran.

Iklan merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator tentang barang dan jasa kepada komunikan yang bertujuan untuk memberikan informasi, membujuk dan mempengaruhi khalayak agar bertindak sesuai dengan keinginan pengiklan. Slogan merupakan bagian dari iklan dengan menggunakan perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan sesuatu. Slogan yang terdapat dalam iklan biasanya menggunakan kalimat yang bersifat mempengaruhi atau mengajak konsumen serta memiliki makna yang tersirat. Slogan pada iklan biasanya

menggunakan bentuk kalimat imperatif. Imperatif merupakan bentuk kalimat atau verbal untuk mengungkapkan perintah, keharusan maupun larangan melaksanakan perbuatan.

Semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi khalayak atau penerimanya. Stuart dikutip Suhandang (2010:165) mendefinisikan pengaruh atau efek sebagai perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang diinginkan. Pengaruh dapat dikatakan mengena jika perubahan (P) yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan (T) yang diinginkan oleh komunikator ($P=T$), atau seperti rumus yang dibuat oleh Jamias, yakni pengaruh (P) sangat ditentukan oleh sumber, pesan, media, dan penerima ($P=S/P/M/P$).

Cangara (2010:166) mendefinisikan perubahan sikap ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisasi dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi

yang dilakukannya terhadap suatu objek baik yang terdapat di dalam maupun di luar dirinya. Dalam banyak hal, terutama yang berkaitan dengan kepercayaan atau ideologi, orang bisa berubah sikap karena melihat bahwa apa yang tadinya dipercaya tidak benar. Oleh karena itu ia berubah sikap untuk mengganti dengan kepercayaan lain.

Beberapa ungkapan yang tertera pada iklan layanan masyarakat dimaksudkan untuk memberikan informasi, himbauan, ajakan, atau larangan. Fungsi dari iklan layanan masyarakat yakni perubahan sikap setelah mereka membacanya. Sampai tidaknya pesan yang disampaikan pembuat iklan layanan masyarakat tergantung pada menarik tidaknya kalimat-kalimat yang diucapkan dan tempat meletakkan yang strategis. Bentuk slogan pada spanduk dan banner tersebut berupa kalimat tunggal atau kalimat majemuk, ada juga uraian kalimat berupa rincian. Nilai komunikasi yang terkandung di dalam spanduk dan banner tersebut dapat berupa kalimat deklarasasi atau kalimat imperatif. Namun, butuh pemahaman lebih untuk memahami iklan tersebut terutama pada kalimat deklarasasi, dalam kalimat tersebut bukan hanya

memberikan informasi saja tetapi diperlukan tindak lanjut dari informasi tersebut.

Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada iklan layanan masyarakat (ILM) yang dibuat oleh Polda Sumsel dan Poltabes Palembang, dalam ILM tersebut bentuk dan nilai komunikasi bervariasi. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk maksud dari ILM tersebut. Pada ILM yang berupa kalimat deklaratif atau kalimat imperatif tersebut sekilas hanya memberikan informasi atau hanya berupa himbauan saja, namun jika dikaji lebih mendalam, slogan pada spanduk-spanduk ILM tersebut memiliki implikasi yang harus dilakukan oleh pengendara atau perubahan sikap.

BENTUK DAN NILAI KOMUNIKATIF KALIMAT

Bentuk Kalimat

Berdasarkan bentuknya kalimat dapat dibedakan menjadi dua macam yakni kalimat tunggal dan kalimat majemuk. Kalimat tunggal dapat dipahami sebagai kalimat yang terdiri atas satu klausa bebas, sedangkan kalimat majemuk adalah kalimat yang terdiri atas beberapa klausa bebas (Rahardi, 2005:71). Finoza (2009:139)

mendefinisikan kalimat tunggal adalah kalimat yang terdiri atas satu klausa. Kalimat tunggal hanya mengandung unsur S, P, O, Pel, dan Ket (unsur tersebut tidak harus muncul sekaligus karena unsur minimal sebuah kalimat adalah S dan P). Kalimat majemuk adalah kalimat yang merupakan gabungan dari dua atau lebih kalimat tunggal.

A. Nilai Komunikatif Kalimat

Rahardi (2005:74--86) membedakan nilai komunikatif kalimat dalam bahasa Indonesia menjadi lima macam yakni (1) kalimat berita (deklaratif), (2) kalimat perintah (imperatif), (3) kalimat tanya (interogatif), (4) kalimat seruan (eksklamatif), dan (5) kalimat penegas (empatik).

- a. Kalimat deklaratif dalam bahasa Indonesia mengandung maksud memberitakan sesuatu kepada si mitra tutur. Sesuatu yang diberitakan kepada mitra tutur itu, lazimnya merupakan pengungkapan sesuatu peristiwa atau suatukejadian.
- b. Kalimat interogatif adalah kalimat yang mengandung maksud menanyakan sesuatu kepada si mitra tutur. Dengan

perkataan lain, apabila seorang penutur bermaksud mengetahui jawaban terhadap suatu hal atau suatu keadaan, penutur akan bertutur dengan menggunakan kalimat interogatif kepada si mitra tutur. Di dalam bahasa Indonesia, terdapat paling tidak lima macam cara untuk mewujudkan tuturan interogatif. Kelima macam cara yakni (1) dengan membalik urutan kalimat, (2) dengan menggunakan kata apa atau apakah, (3) dengan menggunakan kata bukan atau tidak, (4) dengan mengubah intonasi kalimat menjadi intonasi tanya, dan (5) dengan menggunakan kata-kata tanya tertentu.

- c. Kalimat imperatif adalah kalimat yang mengandung maksud memerintah atau meminta agar mitra tutur melakukan suatu sebagaimana diinginkan si penutur. Kalimat imperatif dalam bahasa Indonesia dapat berkisar antara suruhan yang sangat kasar atau kasar sampai dengan permohonan yang sangat halus

atau santun. Kalimat imperatif dapat pula berkisar antara suruhan untuk melakukan sesuatu sampai dengan larangan untuk melakukan sesuatu. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kalimat imperatif dalam bahasa Indonesia itu kompleks dan banyak variasinya. Secara singkat, kalimat imperatif bahasa Indonesia dapat diklasifikasikan secara formal menjadi lima macam, yakni (1) kalimat imperatif biasa, lazimnya memiliki ciri-ciri berikut: berintonasi keras, didukung dengan kata kerja dasar, dan berpartikel pengeras – lah. (2) kalimat imperatif permintaan yakni kalimat imperatif dengan kadar suruhan sangat halus. Kalimat imperatif permintaan ditandai dengan pemakaian penanda kesantunan *tolong, coba, harap, mohon*, dan beberapa ungkapan lain, seperti *sudilah kiranya, dapatkah seandainya, diminta dengan hormat*, dan *dimohon dengan sangat*. (3) kalimat imperatif pemberian izin adalah kalimat

yang dimaksudkan untuk memerikan izin ditandai dengan pemakaian penanda kesantunan *silakan, biarlah*, dan beberapa ungkapan lain yang bermakna mempersilakan, seperti *diperkenankan, dipersilakan*, dan *diizinkan*. (4) kalimat imperatif ajakan, biasanya kalimat ini menggunakan penanda kesantunan *ayo, biar, coba, mari, harap, hendaknya*, dan *hendaklah*. (5) Kalimat imperatif suruhan, kalimat ini biasanya digunakan bersama penanda kesantunan *ayo, biar, coba, harap, hendaklah, hendaknya, mohon, silakan*, dan *tolong*.

- d. Kalimat eksklamatif adalah kalimat yang dimaksudkan untuk menyatakan rasa kagum.
- e. Kalimat empatik adalah kalimat yang didalamnya terkandung maksud memberikan penekanan khusus. Dalam bahasa Indonesia, penekanan khusus itu, biasanya, dikenakan pada bagian subjek kalimat. Terdapat dua ketentuan pokok yang dapat digunakan untuk membentuk kalimat empatik dalam bahasa

Indonesia yakni menambahkan partikel *-lah* pada subjek dan menambahkan kata sambung *yang* dibelakang subjek.

Chaer (2009:187—199) membedakan bentuk dan nilai komunikasi kalimat sebagai berikut.

- a. Kalimat deklaratif adalah kalimat yang isinya menyampaikan pernyataan yang ditujukan kepada orang lain. Kalimat deklaratif ini tidak memerlukan jawaban baik secara lisan maupun dengan tindakan. Namun, bisa saja diberikan komentar oleh pendengar bila dianggap perlu. Kalimat deklaratif ini dibangun oleh sebuah klausa, dua buah klausa, tiga buah klausa, atau juga lebih atau dalam wujud kalimat sederhana, kalimat rapatan, kalimat luas setara, kalimat luas bertingkat, maupun kalimat luas kompleks; sesuai dengan besarnya atau luasnya isi pernyataan yang ingin disampaikan.
- b. Kalimat interogatif adalah kalimat yang mengharapkan adanya jawaban secara verbal. Jawaban ini dapat berupa

pengakuan, keterangan, alasan atau pendapat dari pihak pendengar atau pembaca.

- c. Kalimat imperatif adalah kalimat yang meminta pendengar atau pembaca melakukan suatu tindakan. Kalimat imperatif ini dapat berupa kalimat perintah, kalimat himbauan, dan kalimat larangan.
 - a) Kalimat perintah mengharapkan adanya reaksi berupa tindakan fisik. Menurut sifatnya dapat dibedakan adanya kalimat perintah yang tegas, yang biasa, dan yang halus.
 - b) Kalimat larangan mengharapkan jawaban berupa tidak melakukan sesuatu yang disebutkan dalam kalimat itu.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini akan dianalisis bentuk dan nilai komunikasi dalam ILM yang dibuat oleh Polda Sumsel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sugiyono (2008: 13) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah sebagai lawannya eksperimen,

dimana peneliti adalah sebagai subjek instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna generalisasi. Sumber data berupa spanduk dan banner iklan layanan masyarakat yang dikeluarkan oleh Kepolisian Daerah Sumatera Selatan yang terpasang di lokasi strategis di Kota Palembang pada tahun 2015. Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan catat, dan teknik analisis data berupa teknik analisis isi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan terdapat 16 Iklan Layanan Masyarakat (ILM), berikut analisis bentuk dan nilai komunikasi Iklan Layanan Masyarakat Kepolisian Daerah Sumatera Selatan tahun 2015.

- 1) “Yang membonceng dan dibonceng wajib memakai helm” (ILM 1)

Bentuk kalimat pada ILM 1 adalah kalimat tunggal yakni *yang membonceng dan dibonceng wajib memakai helm*. Kalimat ILM 1 jika dicermati kalimat tersebut tidak efektif. Kalimat tersebut diawali dengan preposisi *yang* sehingga kalimat tersebut tidak memiliki subjek. Dalam

kalimat efektif, sebuah kalimat haruslah jelas yang mana subjek dan yang mana predikat. Untuk menjadikan kalimat ILM 1 tersebut efektif maka kalimat tersebut dapat diubah menjadi “Pengendara yang membonceng atau yang dibonceng wajib memakai helm”. Dalam kalimat tersebut jelas subjeknya adalah pengendara. Nilai komunikasi kalimat ILM 1 adalah kalimat imperatif biasa atau kalimat imperatif suruh yang sebenarnya. Dalam kalimat ILM 1 terdapat kata dasar wajib, kata tersebut mengharuskan atau mewajibkan pengendara bermotor roda dua baik itu orang yang membonceng atau orang yang dibonceng untuk menggunakan helm. Kalimat imperatif biasa atau imperatif suruhan yang sebenarnya lazimnya memiliki ciri-ciri salah satunya menggunakan kata dasar. Dan pada ILM 1 tersebut menggunakan kata dasar *wajib*. Kata wajib berarti harus dilakukan atau tidak boleh tidak dilaksanakan atau ditinggalkan. Implikatur kalimat ILM 1 tersebut adalah setiap pengendara baik orang yang membonceng atau orang yang dibonceng wajib atau harus menggunakan helm.

- 2) “Masuk Polri Tidak Dipungut Biaya” (ILM 2)

Bentuk ILM 2 di atas adalah kalimat tunggal. Kalimat ILM 2 tersebut terdiri dari satu klausa bebas yakni *masuk polri tidak dipungut biaya*. Nilai komunikasi dalam ILM 2 tersebut adalah kalimat deklaratif. Kalimat ILM 2 tersebut hanya memberitahukan atau memberikan informasi kepada masyarakat bahwa yang ingin bergabung ke kesatuan kepolisian tidak dipungut atau dikenakan biaya apapun. “Jangan Melawan Arah” (ILM 3)

Bentuk ILM 3 di atas adalah kalimat tunggal. Kalimat ILM 3 di atas terdiri dari satu kalimat tunggal yakni *jangan melawan arah*. Nilai komunikasi pada kalimat ILM 3 di atas adalah kalimat suruhan larangan. Kalimat ILM 3 tersebut menyuruh dengan melarang, hal ini dapat dilihat ada kata *jangan*, kata tersebut bermakna melarang untuk tidak melakukan sesuatu atau larangan, dalam kata *jangan* pada ILM 3 di atas melarang pengendara untuk melawan arah.

3) “Jangan Menggunakan Ponsel Saat Berkendara” (ILM 4)

Bentuk kalimat ILM 4 di atas adalah kalimat majemuk. Kalimat ILM 4 di atas berupa kalimat majemuk yang terdiri dari dua klausa yakni klausa *jangan menggunakan ponsel* dan klausa

saat berkendara. Nilai komunikasi pada kalimat ILM 4 di atas adalah kalimat imperatif larangan. Kalimat ILM 4 di atas menyuruh dengan melarang, hal ini dapat dilihat pada kalimat tersebut terdapat kata *jangan*. Kata tersebut melarang pengendara untuk menggunakan telepon seluler saat berkendara karena hal tersebut sangat membahayakan pengendara, kecelakaan sewaktu-waktu dapat terjadi karena pengendara sibuk dengan ponselnya sehingga mengurangi konsentrasi sewaktu berkendara.

4) “Dilarang Melawan Arus Bila Mau Selamat” (ILM 5)

Bentuk kalimat ILM 5 di atas adalah kalimat majemuk. Kalimat ILM 5 tersebut terdiri dari dua klausa yakni klausa *dilarang melawan arus* dan klausa *bila mau selamat*. Nilai komunikasi kalimat ILM 5 di atas adalah kalimat imperatif larangan. Kalimat ILM 5 di atas menyuruh dengan melarang, hal ini dapat dilihat pada kalimat tersebut terdapat kata *dilarang*. Kata *dilarang* berarti pengendara tidak diperbolehkan untuk melawan arus jika ingin selamat dalam perjalanan. Melawan arus sangat berbahaya bagi diri sendiri maupun orang lain, melawan arus merupakan

salah satu penyebab terjadinya kecelakaan.

5) “Gunakan Helm SNI Untuk Keselamatan” (ILM 6)

Bentuk ILM 6 di atas adalah kalimat tunggal. Kalimat ILM 6 tersebut terdiri dari satu kalimat tunggal yakni Gunakan helm SNI untuk keselamatan. Nilai komunikasi kalimat ILM 6 di atas adalah kalimat imperatif suruhan. Kalimat ILM 6 tersebut terdapat kata *gunakan*, kata *gunakan* berarti menyuruh pengendara untuk menggunakan atau memakai helm yang berstandar nasional. Helm yang berstandar nasional berguna untuk menjaga keselamatan kepala pengendara jika terjadi kecelakaan.

6) “Mari bersama-sama menolak paham ISIS karena tidak sesuai dengan ideologi pancasila dan UUD 1945” (ILM 7)

Bentuk kalima ILM 7 di atas adalah kalimat majemuk. Kalimat ILM 7 terdiri dari dua klausa yakni klausa utama dan klausa bawahan. Klausa utama yakni *mari bersama-sama menolak paham ISIS* dan klausa bawahan yakni *karena tidak sesuai dengan ideologi pancasila dan UUD 1945*. Nilai komunikasi kalimat ILM 7 di atas adalah kalimat imperatif ajakan.

Dalam kalimat tersebut terdapat kata *mari*, kata tersebut merupakan kata untuk mengajak seseorang melakukan sesuatu. Dalam kalimat ILM 7 di atas mengajak masyarakat untuk menolak paham ISIS, mengingat paham ISIS tersebut merupakan paham terlarang yang secara idologi tidak sesuai dengan Pancasila dan UUD 1945.

7) “Payo kito jadi pelopor keselamatan berlalu lintas” (ILM 8)

Kalimat ILM 8 menggunakan bahasa Palembang, jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia kalimat ILM 8 di atas sebagai berikut *Ayo kita menjadi pelopor keselamatan berlalu lintas*. Bentuk kalimat ILM 8 di atas adalah kalimat tunggal yakni berupa klausa *ayo kita menjadi pelopor keselamatan berlalu lintas*. Nilai komunikasi kalimat ILM 8 di atas adalah kalimat imperatif ajakan. Dalam kalimat tersebut terdapat kata *Ayo* atau *Payo*. Dalam bahasa Palembang kata “*Payo*” atau dalam bahasa Indonesianya “*Ayo*” merupakan kata ajakan untuk mengikuti atau melakukan sesuatu. Jadi, dalam kalimat ILM 8 di atas mengajak masyarakat Kota Palembang untuk menjadi pelopor keselamatan dalam berlalu lintas.

Keselamatan di awalai dari disiplin pada diri sendiri.

- 8) “Taati aturan dan etika berlalu lintas” (ILM 9)

Bentuk kalimat ILM 9 di atas adalah kalimat tunggal terdiri dari satu klausa yakni *taati aturan dan etika berlalu lintas*. Nilai komunikasi kalimat ILM 9 adalah kalimat imperatif suruhan. Dalam kalimat ILM 9 terdapat kata suruhan atau perintah yakni kata *taati*. Kata *taati* dalam kalimat tersebut menyuruh atau memerintahkan pengendara untuk mentaati aturan dan etika peraturan lalu lintas saat berkendara.

- 9) “Payo samo-samo kito jadike kota Palembang anti narkoba” (ILM 10)

Kalimat ILM 10 menggunakan bahasa Palembang, jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia yakni *Ayo bersama-sama kita jadikan Kota Palembang anti narkoba*. Bentuk kalimat ILM 10 tersebut adalah kalimat tunggal dengan klausa tunggal yakni *ayo bersama-sama kita jadikan Kota Palembang anti narkoba*. Sama halnya dengan kalimat ILM 8, nilai komunikasi kalimat ILM 10 adalah kalimat imperatif ajakan. Dalam kalimat tersebut terdapat kata *Ayo* atau *Payo*.

Dalam bahasa Palembang kata “*Payo*” atau dalam bahasa Indonesianya “*Ayo*” merupakan kata ajakan untuk mengikuti atau melakukan sesuatu. Jadi, dalam kalimat ILM 10 di atas mengajak masyarakat Kota Palembang secara bersama-sama untuk menjadikan Kota Palembang kota yang anti terhadap penggunaan dan penyebaran narkoba.

- 10) “Profesional, beriman, dan terpuji” (Motto Kepolisian Daerah Sumsel) (ILM 11)

Bentuk kalimat ILM 11 adalah kalimat tunggal berupa klausa *profesional, beriman, dan terpuji*. Nilai komunikasi dalam kalimat ILM 11 di atas adalah kalimat deklaratif. Dalam kalimat ILM 11 tersebut hanya memberikan informasi tentang motto Kepolisian daerah Sumsel yakni profesional, beriman, dan terpuji.

- 11) “Marilah bersama mewujudkan masyarakat Kota Palembang bebas narkoba” (ILM 12)

Bentuk ILM 12 di atas adalah kalimat tunggal dengan klausa *marilah bersama mewujudkan masyarakat Kota Palembang bebas narkoba*. Nilai komunikasi kalimat ILM 12 di atas adalah kalimat imperatif ajakan. Dalam kalimat ILM 12 tersebut terdapat kata *marilah*, kata *marilah* merupakan

penanda kesantunan halus berupa ajakan untuk melakukan sesuatu. Secara keseluruhan, kalimat ILM 12 di atas mengajak masyarakat Kota Palembang untuk mewujudkan masyarakat yang tidak menggunakan dan menyebarkan narkoba.

12) “Tabrak lari tindakan tidak terpuji” (ILM 13)

Bentuk kalimat ILM 13 berupa kalimat tunggal yakni dengan klausa *tabrak lari tindakan tidak terpuji*. Nilai komunikasi kalimat ILM 13 di atas adalah kalimat deklaras. Kalimat tersebut memberitahukan kepada masyarakat bahwa tabrak lari merupakan tindakan tidak terpuji, tabrak lari merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab dan merugikan orang lain.

13) “Ngebut mengejar maut” (ILM 14)

Bentuk kalimat ILM 14 adalah kalimat tunggal yakni dengan klausa tunggal *ngebut mengejar maut*. Nilai komunikasi pada kalimat ILM 14 di atas adalah kalimat deklaras. Kalimat ILM 14 tersebut memberitahukan kepada masyarakat bahwa memacu kendaraan terlalu kencang (*ngebut*) sama saja kegiatan mengejar maut (kecelakaan). Kecelakaan sering terjadi jika memacu

kendaraan terlalu kencang karena pengendara tidak mampu lagi mengontrol laju kendaraannya.

14) “Dilarang parkir dan berhenti di sembarang tempat” (ILM 15)

Bentuk kalimat ILM 15 adalah kalimat tunggal yakni dengan klausa tunggal *dilarang parkir dan berhenti di sembarang tempat*. Nilai komunikasi pada kalimat ILM 15 adalah kalimat imperatif larangan. Dalam kalimat ILM 15 di atas terdapat kata *dilarang*, kata tersebut merupakan kata larangan untuk melakukan sesuatu. Secara keseluruhan kalimat ILM 15 tersebut melarang pengendara untuk berhenti atau memarkirkan kendaraannya disembarang tempat.

15) “Orang pintar tunggu lampu hijau baru berjalan” (ILM 16)

Bentuk kalimat ILM 16 adalah kalimat tunggal dengan klausa tunggal *orang pintar tunggu lampu hijau baru berjalan*. Nilai komunikasi pada kalimat ILM 16 adalah kalimat deklaratif. Dalam kalimat ILM 16 di atas memberitahukan atau menginfokan bahwa orang yang pintar menunggu lampu hijau baru berjalan, karena sebagaimana kita ketahui lampu lalu lintas jika berwarna hijau baru kendaraan berjalan.

SIMPULAN

Berdasar hasil analisis terhadap 16 iklan layanan masyarakat yang dikeluarkan oleh Kepolisian Daerah Sumatera Selatan (Polda Sumsel) yang di pasang di lokasi strategis di Kota Palembang selama tahun 2015 ini di dapati, iklan masyarakat tersebut bukan hanya berupa himbauan atau suruhan tetapi juga berupa larangan, ajakan, dan informasi. Hal ini dapat dilihat dari 16 data yang ada terdapat 3 iklan layanan masyarakat yang nilai komunikasinya berupa kalimat suruhan yakni pada ILM 1, 3, dan 9. Iklan layanan masyarakat yang nilai komunikasinya berupa kalimat ajakan terdapat 4 kalimat yakni pada ILM 7, 8, 10, dan 12. Nilai komunikasi berupa kalimat larangan sebanyak 4 yakni pada kalimat ILM 3, 4, 5, dan 6. Selebihnya nilai komunikasi dalam iklan layanan masyarakat tersebut adalah kalimat deklarasi yakni sebanyak 5 kalimat yakni terdapat pada ILM 2, 11, 13, 14, 16. Dengan demikian dapat disimpulkan, untuk memberikan kesadaran tertib berlalu lintas kepada masyarakat, Polda Sumsel menggunakan beberapa variasi kalimat yakni Kalimat suruhan biasa, kalimat

larangan, kalimat ajakan dan kalimat informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2010). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chaer, A. (2009). *Sintaksis bahasa Indonesia. (pendekatan proses)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Finoza, L. (2009). *Komposisi bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Mulia.
- Ritonga. P. (2002). *Analisis semantik bahasa Indonesia pers*. PPS USU: Tesis Prodi Linguisitik
- Rahardi, R. K. (2005). *Pragmatik: kesantunan imperatif bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2010). *Periklanan: manajemen, kiat dan strategi*. Bandung: Nuansa.