

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Struktur dan Unsur Kebahasaan Video Iklan Layanan Masyarakat Bertema Kesehatan sebagai Bahan Ajar Teks Persuasif Kelas VIII SMP/MTs” ini ditulis oleh Nur Khabibah, NIM. 1860210222072, dengan pembimbing Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Kata Kunci: Struktur teks persuasif, Unsur kebahasaan, Iklan layanan masyarakat, tema kesehatan, Bahan ajar.

Berbagai permasalahan kesehatan pada remaja, seperti kesehatan mental, anemia, pola hidup tidak sehat, serta gangguan kesehatan mata akibat penggunaan gawai, menunjukkan pentingnya penyampaian edukasi kesehatan melalui media yang dekat dengan kehidupan peserta didik. Di sisi lain, pembelajaran teks persuasif di sekolah masih didominasi penggunaan buku ajar sehingga pemanfaatan media audiovisual, khususnya video iklan layanan masyarakat bertema kesehatan sebagai alternatif bahan ajar masih terbatas. Padahal, video iklan layanan masyarakat merupakan media yang mampu menyampaikan pesan persuasif secara efektif melalui perpaduan unsur verbal, visual, dan audio sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan menarik perhatian peserta didik. Selain berfungsi sebagai media edukasi kesehatan, video tersebut juga memuat struktur dan unsur kebahasaan teks persuasif yang sesuai untuk dianalisis dalam pembelajaran Bahasa Indonesia khususnya materi teks persuasif.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan struktur dan unsur kebahasaan video iklan layanan masyarakat bertema kesehatan serta mendeskripsikan potensi pemanfaatannya sebagai alternatif bahan ajar teks persuasif kelas VIII SMP/MTs. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data berupa struktur dan unsur kebahasaan yang terdapat pada enam video iklan layanan masyarakat bertema kesehatan yang dipublikasikan melalui YouTube tahun 2022–2024 serta hasil wawancara dengan guru Bahasa Indonesia. Enam video tersebut dipilih menggunakan kriteria memuat tema kesehatan, sesuai materi teks persuasif kelas VIII, memiliki struktur teks persuasif yang utuh, dan mudah diakses peserta didik. Data dikumpulkan melalui analisis isi, wawancara, dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh video memiliki struktur teks persuasif yang lengkap, dengan pola yang dominan diawali pengenalan isu, dilanjutkan rangkaian argumen yang didukung fakta, diakhiri pernyataan ajakan dan penegasan kembali. Unsur kebahasaan yang paling banyak ditemukan ialah kata teknis, kata penghubung argumentatif, kata kerja mental, dan kata-kata rujukan yang berfungsi memperkuat daya persuasi pesan kesehatan. Berdasarkan hasil analisis isi dan wawancara dengan guru Bahasa Indonesia, video iklan layanan masyarakat bertema kesehatan berpotensi dimanfaatkan sebagai alternatif bahan ajar teks persuasif karena sesuai dengan karakteristik materi, kontekstual dengan kehidupan peserta didik, serta mampu meningkatkan ketertarikan belajar melalui media audiovisual.

ABSTRACT

This thesis entitled “Analysis of the Structure and Linguistic Features of Health-Themed Public Service Advertisement Videos as Teaching Materials for Persuasive Texts for Grade VIII Junior High Schools/Islamic Junior High Schools” was written by Nur Khabibah, NIM. 1860210222072, under the supervision of Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Keywords: Persuasive text structure, Linguistic elements, Public service announcements, health theme, Teaching materials.

Various health problems among adolescents, such as mental health issues, anemia, unhealthy lifestyles, and eye disorders caused by excessive use of digital devices, highlight the importance of delivering health education through media that are closely related to students' daily lives. On the other hand, the teaching of persuasive texts in schools is still predominantly based on textbooks, resulting in the limited use of audiovisual media, particularly public service advertisement videos on health themes, as alternative teaching materials. In fact, public service advertisement videos are effective media for conveying persuasive messages through the integration of verbal, visual, and audio elements, making the information easier to understand and more engaging for students. In addition to serving as a medium for health education, these videos also contain the structural and linguistic features of persuasive texts that are suitable for analysis in Indonesian language learning, particularly in teaching persuasive texts.

This study aims to describe the structure and linguistic features of health-themed public service advertisement videos and to examine their potential use as alternative teaching materials for persuasive texts in Grade VIII of junior high schools (SMP/MTs). This research employed a qualitative approach with a descriptive research design. The data consisted of the persuasive text structures and linguistic features found in six health-themed public service advertisement videos published on YouTube between 2022 and 2024, as well as interview data obtained from Indonesian language teachers. The six videos were selected using purposive sampling based on the following criteria: they addressed health-related topics, were relevant to the Grade VIII persuasive text curriculum, contained complete persuasive text structures, and were easily accessible to students. Data were collected through content analysis, interviews, and library research.

The findings indicate that all six videos contain complete persuasive text structures, predominantly consisting of issue introduction, a series of arguments supported by factual information, persuasive appeals, and reaffirmation. The most frequently identified linguistic features include technical terms, argumentative conjunctions, mental verbs, and reference words, all of which strengthen the persuasive impact of the health messages. Based on the results of the content analysis and interviews with Indonesian language teachers, health-themed public service advertisement videos have strong potential to be utilized as alternative teaching materials for persuasive texts because they are consistent with the

characteristics of the learning materials, relevant to students' daily lives, and capable of increasing students' learning interest through audiovisual media.

الملخص

أُعِدَّتْ هذه الرسالة العلمية بعنوان «تحليل البنية والعناصر اللغوية في مقاطع فيديو الإعلانات الخدمية ذات الموضوع الصحي بوصفها مواد تعليمية للنصوص الإقناعية للصف الثامن في المدارس المتوسطة والمدارس المتوسطة الإسلامية» من قِبَل نور خبيبة، رقم القيد ١٨٦٠٢١٠٢٢٢٠٧٢، وذلك تحت إشراف الأستاذة ليليس أنيفية زلفا، الماجستير في التربية.

الكلمات المفتاحية: بنية النص الإقناعي، العناصر اللغوية، الإعلانات الخدمية، الموضوع الصحي، المواد التعليمية.

تُظهِرُ المشكلات الصحية المتنوعة لدى المراهقين، مثل مشكلات الصحة النفسية، وفقر الدم، وأنماط الحياة غير الصحية، واضطرابات العين الناتجة عن الاستخدام المفرط للأجهزة الرقمية، أهمية تقديم التوعية الصحية من خلال وسائل إعلامية قريبة من حياة المتعلمين اليومية. ومن ناحية أخرى، لا يزال تعليم النصوص الإقناعية في المدارس يعتمد بصورة كبيرة على الكتب الدراسية، مما يجعل توظيف الوسائط السمعية البصرية، ولا سيما مقاطع فيديو إعلانات الخدمة العامة ذات الموضوعات الصحية، بوصفها مواد تعليمية بديلة، محدودًا. والحقيقة أن مقاطع فيديو إعلانات الخدمة العامة تُعدُّ وسيلة فعالة في نقل الرسائل الإقناعية من خلال دمج العناصر اللفظية والبصرية والسمعية، مما يجعل المعلومات أكثر وضوحًا وجاذبيةً للمتعلمين. وإلى جانب دورها في التنقيف الصحي، فإن هذه المقاطع تتضمن أيضًا البنية والعناصر اللغوية للنصوص الإقناعية، الأمر الذي يجعلها مناسبةً للتحليل في تعليم اللغة الإندونيسية، ولا سيما في مادة النصوص الإقناعية.

تهدف هذه الدراسة إلى وصف بنية النصوص الإقناعية والخصائص اللغوية في مقاطع فيديو إعلانات الخدمة العامة ذات الموضوع الصحي، وكذلك وصف إمكان الاستفادة منها بوصفها مواد تعليمية بديلة لتعليم النصوص الإقناعية لطلاب الصف الثامن في المرحلتين الإعدادية والمتوسطة. واعتمدت الدراسة المنهج الكيفي من خلال البحث الوصفي. وتمثلت البيانات في بنية النصوص الإقناعية والخصائص اللغوية الواردة في ستة مقاطع فيديو لإعلانات الخدمة العامة ذات الموضوع الصحي، المنشورة على منصة يوتيوب خلال الفترة الممتدة من عام ألفين واثنين وعشرين إلى عام ألفين وأربعة وعشرين، بالإضافة إلى نتائج المقابلات مع معلمي اللغة الإندونيسية. وقد اختيرت مقاطع الفيديو الستة باستخدام أسلوب العينة القصدية، وفق معايير محددة، وهي أن تتناول موضوعًا صحيًا، وأن تتوافق مع مادة النصوص الإقناعية للصف الثامن، وأن تتضمن بنية متكاملة للنص الإقناعي، وأن تكون سهلة الوصول بالنسبة للمتعلمين. وجمعت البيانات من خلال تحليل المحتوى، والمقابلات، والدراسة المكتبية.

وأظهرت نتائج الدراسة أن جميع مقاطع الفيديو تمتلك بنية متكاملة للنص الإقناعي، حيث يبدأ النمط الغالب بعرض القضية، ثم تقديم سلسلة من الحجج المدعومة بالحقائق، ويختتم بتقديم الدعوة الإقناعية ثم إعادة التأكيد كما تبين أن أكثر الخصائص اللغوية شيوعًا تمثلت في المصطلحات الفنية، وأدوات الربط الحجاجية، والأفعال الذهنية، والفاظ الإحالة، والتي تؤدي دورًا مهمًا في تعزيز القوة الإقناعية للرسائل الصحية. واستنادًا إلى نتائج تحليل المحتوى والمقابلات مع معلمي اللغة الإندونيسية، فإن مقاطع فيديو إعلانات الخدمة العامة ذات الموضوع الصحي تمتلك إمكانات كبيرة لتوظيفها بوصفها مواد تعليمية بديلة لتعليم النصوص الإقناعية، وذلك لملاءمتها لطبيعة المادة التعليمية، وارتباطها بحياة المتعلمين اليومية، وقدرتها على زيادة اهتمامهم بالتعلم من خلال الوسائط السمعية البصرية.