

# POINT OF INTEREST DALAM POSTER PENANGGAPAN COVID 19 DI INDONESIA

Ana Rosmiati<sup>1</sup>, Elis Noviaty<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Dan Desain

<sup>2</sup>Program Studi Pedalangan Fakultas Seni Pertunjukan

Institut Seni Indonesia Surakarta

<sup>1</sup>Email : ana.rosmiati@gmail.com

<sup>2</sup>Email: endang57@isi-ska.ac.id

## ABSTRACT

*Research on the Point of Interest in the Covid 19 Handling Poster from a pragmatic point of view is interesting to do research. This is in view of the high number of cases of Covid spikes in various countries in the world. This poster is a form of education to the public to be careful in preventing the transmission of covid. The posters made also use communicative language so that they can educate the public well. The problem in this study is how the principles of language politeness are contained in the covid 19 education poster from pragmatic studies and how the meaning of point of interest in the covid 19 management education poster from pragmatic studies. The purpose of this study is to find out the principles of language politeness contained in the covid 19 education poster from pragmatic studies and to find the meaning of point of interest in the covid 19 education poster from pragmatic studies. This research method is a qualitative descriptive research. The source of the data in this study is the primary data source in the form of an educational poster on covid 19 subscriptions. The results of this study are to find the meaning of points of interest in the covid 19 subscription poster and to find the maxims contained in it.*

*Keywords: point of interest, covid 19,*

## Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk individu sekaligus sebagai makhluk sosial hidup bersama dengan yang lain dalam suatu kelompok sosial masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhannya manusia berhubungan dan berkomunikasi satu dengan yang lain. Hubungan tersebut membentuk komunikasi sosial dan juga sekaligus komunikasi bahasa. Mereka kemudian saling memahami bahasanya yang merupakan alat penghubung untuk menyampaikan pesan. Bahasa dan manusia merupakan suatu bagian yang tidak terpisahkan. Bentuk komunikasi dapat berupa komunikasi lisan maupun tulis. Komunikasi lisan bisa melalui percakapan secara langsung bertatap muka atau tidak bertatap muka. Komunikasi lisan melibatkan nada, bunyi, suara secara langsung pada sekelompok

individu. Komunikasi lisan yang secara tidak langsung pun sekarang bisa menggunakan media atau alat penghubung lainnya berupa televisi, computer, maupun telepon.

Komunikasi tulis dapat menggunakan bentuk poster. Spanduk, gambar, foto, naskah, blanko, ataupun surat. Salah satu bentuk komunikasi tulis yang sekarang marak di sekitar kita adalah poster. Poster merupakan salah satu media promosi yang memadukan antara gambar dan tulisan untuk memberikan informasi kepada khalayak umum. Poster dapat digunakan sebagai media edukasi untuk masyarakat secara luas. Beragam jenis poster sering dijumpai di tempat umum seperti di pinggir jalan yang memiliki tempat strategis. Tempat strategis tersebut sering dilewati

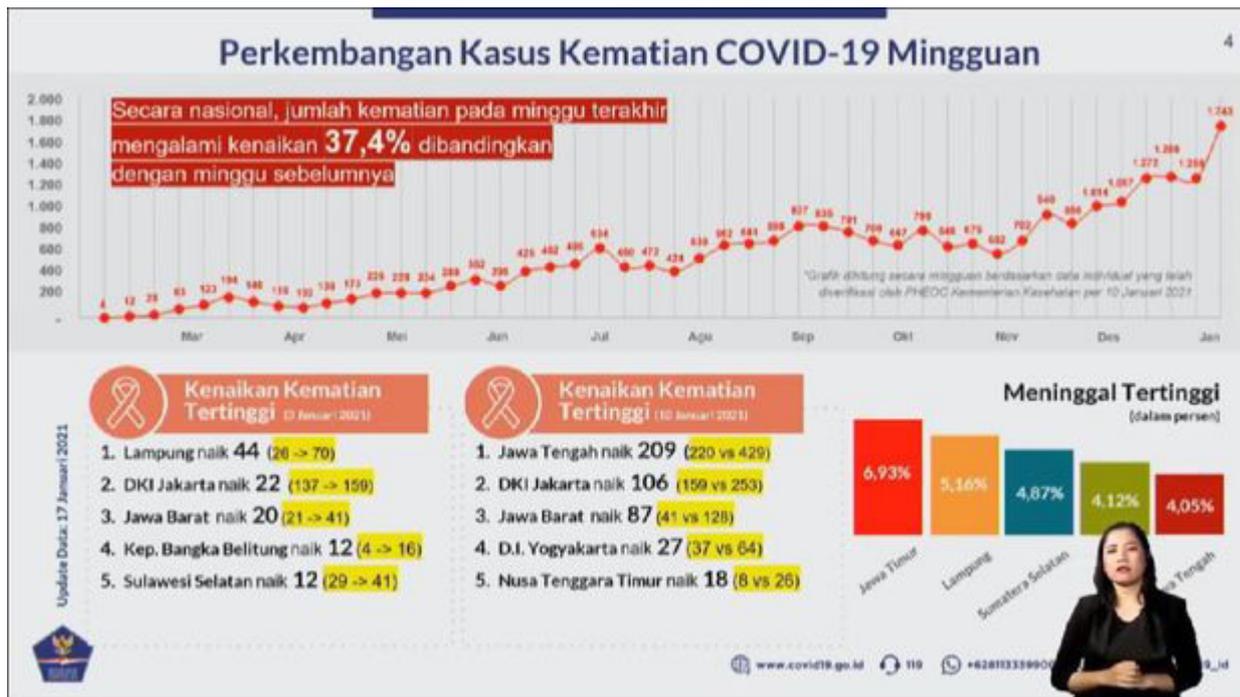
khalayak dan dapat dilihat dengan mudah. Poster pun seperti media iklan untuk memengaruhi khalayak. Selain itu, fungsi poster juga sebagai alat promosi, pengumuman, atau memberikan informasi kepada masyarakat. Poster juga sebagai alat informasi untuk mengedukasi pada masyarakat. Berkaitan dengan itu, poster dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Poster juga memiliki tujuan komersil, kemanusiaan, maupu informasi publik. Poster sendiri didefinisikan sebagai gabungan unsur-unsur visual yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Poster sendiri dirancang juga sebagai salah satu cara untuk mempengaruhi khalayak melalui pesan yang disampaikan.

Poster sendiri didefinisikan sebagai gabungan unsur-unsur visual yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Poster sendiri dirancang juga sebagai salah satu cara untuk mempengaruhi khalayak melalui pesan yang disampaikan. Berkaitan dengan itu, Frank Jefkins (1997) mengemukakan bahwa iklan adalah pesan yang diarahkan untuk membujuk orang untuk membeli. Definisi dari periklanan biasanya mengandung enam elemen yaitu : (1) periklanan adalah bentuk komunikasi yang dibayar, walaupun beberapa bentuk periklanan seperti iklan layanan masyarakat, biasanya menggunakan ruang khusus yang gratis, (2) selain pesan yang disampaikan harus dibayar, dalam iklan juga terjadi proses indentifikasi sponsor. Iklan bukan hanya menampilkan pesan mengenai kehebatan produk yang ditawarkan, tetapi juga sekaligus menyampaikan pesan agar konsumen sadar mengenai perusahaan yang memproduksi produk yang ditawarkan, (3) upaya membujuk dan mempengaruhi konsumen, (4) periklanan memerlukan elemen media massa sebagai media penyampai pesan kepada khalayak sasaran, (5) periklanan mempunyai sifat bukan pribadi, dan (6) periklanan adalah khayalak.

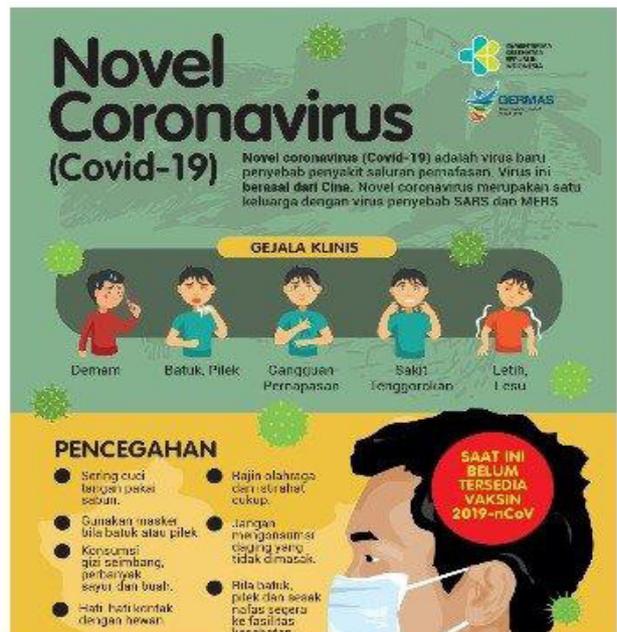
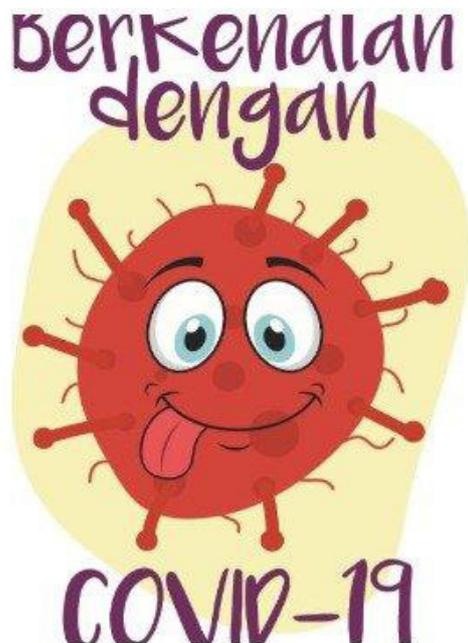
Berkaitan dengan itu, di akhir tahun 2019 seluruh dunia sedang menghadapi mewabahnya

penyakit yang disebabkan oleh virus. Virus tersebut dikenal dengan virus corona (*Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau SARS-CoV-2). Virus ini menyerang sistem pernapasan. Orang yang terkena akan mengalami gangguan pernafasan yang ringan atau berat. Gejalanya hampir sama dengan orang yang menderita influenza, seperti demam, batuk, pilek, radang tenggorokan. Orang yang terpapar virus ini akan menjadi berat jika memiliki penyakit komorbid. Namun tidak semua orang mengalami gejala yang berat ketika terpapar virus ini. Bahkan ada yang tidak bergejala sama sekali ketika terpapar virus ini. Baru ketahuan ketika dilakukan tes untuk mengetahui apakah terpapar atau tidak. Sampai sekarang belum ditemukan obat untuk mengobati orang yang terkena virus tersebut. Virus tersebut cepat menular melalui percikan droplet maupun bersentuhan orang yang sudah terpapar covid 19. Negara Indonesia pun mulai awal Maret 2020 juga mulai ada warga yang terpapar. Dari beberapa orang akhirnya menjadi jutaan orang sampai tahun 2021 ini.

Peneliti tertarik untuk meneliti *point of interest* dalam poster edukasi penanganan covid dari sudut pragmatik. Poster-poster yang terdapat pada media sosial menjadi tempat edukasi bagi masyarakat untuk berperilaku hidup sehat untuk mencegah penularan covid 19 yang menunjukkan kenaikan dan penurunan. Pemerintah dan dinas-dinas yang terkait mulai gencar memberikan edukasi tentang penanganan covid 19 agar paham dan tahu bagaimana menghindari penularan. Selain itu, sebagai upaya untuk mencegah berita yang mengandung hoax tentang penyebaran covid 19. Masyarakat mulai bisa berpikir cerdas dengan adanya berita-berita yang dapat dipercaya. Berikut contoh poster tentang penanganan covid 19.



(sumber <https://news.detik.com/berita/d-5340410/grafik-corona-mingguan-di-ri-kasus-positif-kematian-meningkat-drastis>).



(Sumber :<https://m.tribunnews.com/corona/2020/04/09/60-poster-pencegahan-virus-corona->)

Dalam poster edukasi penanganan covid 19 ini terdapat point of interest yang kalimat maupun gambar yang digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Poster ini memberikan informasi yang mencoba menarik khalayak dengan kalimat penekanan tentang virus corona, gejala yang ditimbulkan, dan cara pencegahannya. Point of interesnya dalam poster ini ditunjukkan dalam bentuk visual dan kalimat yang disusun. Masyarakat atau khalayak akan tertarik poster dengan visual yang baik. Tidak hanya visual tetapi juga dengan bahasa poster yang komunikatif. Dalam hal ini kajian pragmatik dibutuhkan untuk melihat bentuk tuturan yang mengandung beberapa maksim. Beberapa jenis maksim terdapat dalam poster tentang edukasi penanganan covid 19. Masalah dalam penelitian ini dirumuskan Bagaimana prinsip kesantunan berbahasa yang terdapat dalam poster edukasi covid 19 dari kajian pragmatic dan Bagaimana makna *point of interest* pada poster edukasi penanganan covid 19 dari kajian pragmatic. Tujuan penelitian adalah menemukan prinsip kesantunan berbahasa yang terdapat dalam poster edukasi covid 19 dari kajian pragmatic dan menemukan makna *point of interest* pada poster edukasi penanganan covid 19 dari kajian pragmatik

Shandy Omega1, dkk dalam penelitian tentang Penggunaan Poster sebagai Media Edukasi Covid-19 Berbasis Online di Kalangan Masyarakat menjelaskan bahwa Era digital saat ini sangat memungkinkan untuk belajar melalui online. Terutama saat pandemi covid-19 masyarakat dianjurkan untuk tetap di rumah dan tetap menjaga jarak. Agar kegiatan selalu produktif dan aktif diperlukannya informasi terkini seputar kesehatan dalam penanggulangan covid-19 yakni pentingnya media edukasi berbasis online untuk menunjang wawasan masyarakat akan pentingnya menjaga pola hidup bersih dan sehat agar imun tubuh tetap stabil dan terjaga. Keefektifan media poster sangat membantu masyarakat untuk mendapatkan

informasi yang jelas dan akurat terutama saat pandemi covid-19, tentunya banyak masyarakat yang akan mengunjungi situs terpercaya dalam laman web internet untuk mengetahui apa itu virus covid-19. Artikel ini merujuk kepada bagaimana media mempengaruhi masyarakat dengan melibatkan komunikasi media massa dalam strategi untuk meningkatkan kesadaran tentang usaha penanganan dan pencegahan Covid-19. Dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan bahwa budaya media sosial di Indonesia dapat bertindak sebagai guru yang mampu mengedukasi masyarakat dan menstimulasi dalam penelitian terbaru Covid-19; sebagai pendidikan layanan kesehatan masyarakat; mengarahkan masyarakat ke situs web dan halaman arahan mereka untuk informasi terkait Covid-19 terbaru dan terpercaya; memasarkan layanan inovatif seperti layanan dana sosial perawatan kesehatan; posting terkait informasi kasus, foto, dan hasil (dengan izin) yang berkaitan dengan Covid-19 untuk mengedukasi masyarakat; berbagi ulasan dan testimoni pasien yang sembuh sebagai motivasi dan upaya awal pencegahan; dan memberikan dukungan antar warga negara Indonesia dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Nawang Nila Andarini (2020) dalam skripsinya yang berjudul Fungsi dan Makna *Point of interest* dalam Unsur Grafis pada Label Makanan Tradisional Getuk Goreng di Sokaraja menjelaskan bahwa *Point of Interest* (pusat perhatian) secara menyeluruh dan keutuhan karya terdapat unsur seni yang sengaja diperkuat intensitasnya dan memberikan suatu unsur pusat perhatian yang dapat mendominasi dari unsur keseluruhan dan tidak mengganggu kesempurnaan. Banyumas merupakan salah satu daerah di Indonesia yang kaya akan makanan khas daerahnya. Terutama di Sokaraja, getuk goreng sebagai salah satu ikon dan produk unggulan Sokaraja. Pada setiap label getuk goreng Sokaraja menggunakan titik pusat perhatian yang berbeda-beda antara label satu dan lainnya. Berfokus kepada satu elemen yang

menarik perhatian. Diantara elemen visual dalam sebuah desain ada bagian yang sangat menonjol sebagai pusat perhatian. Dengan peran yang menonjol pada bagian itu maka menjadi pusat perhatian (*center of interest*) dan merupakan tekanan, karena itu menjadi bagian yang penting dan yang diutamakan.

Devito (1997:23) mengemukakan bahwa komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Berkaitan dengan itu, dikemukakan pula bahwa lingkungan komunikasi setidaknya-tidaknya memiliki tiga dimensi, yaitu fisik, sosial-psikologis, dan temporal. Ruang atau bangsal atau taman tempat berlangsungnya komunikasi disebut konteks, lingkungan nyata atau berwujud (*tangible*). Lingkungan fisik ini, apa pun bentuknya mempunyai pengaruh tertentu atas kandungan pesan (apa yang disampaikan), dan juga bentuk pesan (bagaimana menyampaikannya). Dimensi sosial-psikologi meliputi, misalnya tata hubungan status di antara mereka yang terlibat, peran dan permainan yang dijalankan orang, serta aturan budaya masyarakat tempat mereka berkomunikasi. Lingkungan atau konteks ini juga mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, situasi serius atau senda-gurau. Dimensi temporal (waktu) mencakup baik waktu dalam sehari maupun waktu dalam hitungan sejarah dimana komunikasi berlangsung.

Fandy Tjiptono (2005:226-227) menjelaskan bahwa iklan mempunyai sifat-sifat sebagai berikut : (a) Iklan *Public Presentation*. Memungkinkan setiap orang menerima pesan yang sama tentang produk yang diiklankan, (b).*Persuasiveness*. Pesan iklan yang sama dapat diulang-ulang untuk memantapkan penerimaan informasi, (c). *Amplified Expressiveness*. Iklan mampu mendramatisasi perusahaan dan produknya

melalui gambar dan suara untuk menggugah dan mempengaruhi perasaan khalayak, dan (d) *Impersonality*. Iklan tidak bersifat memaksa khalayak untuk memperhatikan dan menanggapi, karena merupakan komunikasi yang monolog (satu arah).

Berkaitan dengan itu, Djaslim Saladin (2003:133) menjelaskan ada empat ciri-ciri khas periklanan (*advertising*): yaitu (a) penperajian di muka umum (*public presentation*) iklan merupakan suatu sarana komunikasi yang sangat bersifat umum, (2) Penerapan menyeluruh (*pervasiveness*). Iklan merupakan medium yang diserap menyeluruh dan memungkinkan pihak perusahaan untuk menanggulangi pesaingnya, (3) Daya ungkap yang kuat (*expressiveness*) iklan memberikan peluang untuk menampilkan perusahaan serta produknya dengan cara yang mengesankan dengan penggunaan secukupnya, bunyi dan warna secara cerdas, (4) kurang kepribadian (*impersonality*). Iklan senantiasa bersifat umum, daya menyakinkan dan mengungkapkan masih kurang.

Halliday (1994 :77) menjelaskan bahwa aneka wacana dapat diklasifikasikan secara umum berdasarkan tiga faktor penentu, yaitu *field*, *mode*, dan *tenor*. *Field* mengacu pada aktivitas yang sedang berlangsung, dan tujuan-tujuan yang hendak dicapai oleh aktivitas penggunaan bahasa itu. *Mode* mengacu pada alat, saluran, dan bentuk wacana yang digunakan di dalam komunikasi. *Tenor* mengacu pada status dan hubungan peran antara penutur dan lawan tutur dalam interaksi pertuturan. Struktur teks dapat diperkirakan sebagai berikut : (1) unsur-unsur apa yang harus muncul, (2) unsur-unsur apa saja yang dapat muncul, (3) di mana unsur-unsur itu harus muncul, (4) di mana unsur-unsur itu dapat muncul, dan berapa kali unsur-unsur itu dapat muncul. Lebih jelas dikatakan bahwa stuktur teks dalam suatu wacana meliputi unsur-unsur wajib, unsur-unsur pilihan, runtutannya yang dibandingkan satu sama lain dan unsur-unsur pengulangan. Unsur wajib adalah unsur yang wajib hadir

dalam suatu wacana, unsur pilihan merupakan unsur yang mungkin wajib dan mungkin tidak, sedangkan unsur pengulangan adalah unsur atau seperangkat unsur yang kehadirannya lebih dari satu kali dalam wacana.

Hymes (1974:53-62) secara lebih lengkap mengemukakan ada berbagai faktor kemasyarakatan yang mempengaruhi suatu tuturan seseorang. Faktor tersebut diakronimkan menjadi *speaking* yang terdiri dari :

(1) *Setting* (S)

*Setting* meliputi waktu, tempat, dan kondisi fisik lain di seputar tempat terjadinya peristiwa tutur. Sementara itu, *scene* adalah kaitan psikologis dengan *setting* yakni bahwa secara psikologis *setting* dapat diubah oleh partisipan, misalnya pemakaian bahasa ragam formal, kemudian berubah ke pemakaian bahasa ragam informal.

(2) *Participants* (P)

Faktor ini meliputi pembicara atau penulis, pendengar, atau pembaca.

(3) *Ends* (E)

Faktor ini berkaitan dengan maksud dan tujuan yang ingin dicapai oleh pihak-pihak yang terlibat dalam pembicara.

4. *Act of sequence* (A)

Faktor ini berkenaan dengan bentuk dan isi tuturan. Pidato politik, ceramah, keagamaan, percakapan sehari-hari dan sebagainya ini merupakan bentuk wacana yang berbeda, karena bentuk bahasa dan isi yang disampaikan tujuannya pun berbeda.

(5) *Keys* (K)

Faktor ini berkenaan dengan nada, suara, cara, keadaan si pembicara dan faktor-faktor emosional lainnya yang mempengaruhi tuturan seperti santai, serius, sedih, dan sebagainya.

(6) *Instrumentalities* (I)

Faktor ini menunjuk pada saluran atau media dan bentuk bahasa yang digunakan untuk menyampaikan tuturan. Adapun saluran atau media berupa tulis, lisan, telepon, simapore,

dan sebagainya. Bentuk bahasa di sini dapat menyangkut ragam, dialek, variasi, register, dan sebagainya.

(7) *Norms* (N)

Faktor ini berupa norma-norma yang dipergunakan dalam interaksi..

(8) *Genre* (G)

Faktor ini menyangkut tuturan yang digunakan untuk berkomunikasi.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa.

Menurut Zein, iklan atau *advertising* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin yaitu *advertere* yang berarti mengalihkan perhatian sehingga *advertising* dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat mengalihkan perhatian khalayak terhadap sesuatu. Maka inti dari periklanan terletak pada bagaimana usaha mengalihkan khalayak agar nantinya memperhatikan atau perhatian pada sesuatu yang ingin menjadi tujuan kita (2015:4).

Adapun karakteristik media sosial menurut Rulli (2016:15-16), yaitu :

- a. Jaringan
- b. Informasi
- c. Arsip
- d. Interaksi
- e. Simulasi sosial
- f. Konten oleh pengguna

Sedangkan jenis-jenis media sosial menurut Rulli (2016:39), yaitu :

- a. Media jejaring sosial (*social networking*)
- b. Jurnal *online* (*blog*)
- c. Jurnal online sederhana atau mikroblog (*micro-blogging*)
- d. Media berbagi (*media sharing*)
- e. Penanda sosial (*social bookmarking*)
- f. Media konten bersama atau *Wiki*.

*Point of Interest* (pusat perhatian) secara menyeluruh dan keutuhan karya terdapat unsur seni yang sengaja diperkuat intensitasnya dan memberikan suatu unsur pusat perhatian yang dapat mendominasi dari unsur keseluruhan dan tidak mengganggu kesempurnaan. Hal ini sebagai penguatan citra merek melalui komunikasi visual, salah satunya melalui identitas merek yang berkarakter. Identitas merek yang berkarakter menuntut integrasi aspek karakter produk dan unsur visual pendukung identitas merek (Murtono, 2014: 114).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Yusuf (2014:329) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu strategi inquiry yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif.

Penelitian kualitatif tepat digunakan menganalisis dalam penelitian ini. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut.

- (1) mengumpulkan poster dari media sosial
- (2) mengklasifikasikan jenis-jenis poster yang akan dipilih
- (3) Menganalisis tuturan dan visual yang ada dalam poster
- (4) Tuturan yang terdapat dalam poster dianalisis dari sudut pragmatic
- (5) Menentukan maksim yang tepat dalam tuturan tersebut.

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer berupa poster penanganan edukasi covid 19 di media sosial. Metode pengamatan dilakukan dengan mengidentifikasi jenis-jenis poster yang dibutuhkan. Poster yang sudah ditentukan kemudian dicermati bentuk tuturan dan visualnya. Data diperoleh dari pengambilan sampel poster di media sosial.

Sumber ada yang digunakan juga mulai buku, hasil penelitian yang telah ada, dan internet. Literatur ini sangat penting digunakan sebagai bahan untuk menyelesaikan penelitian. Buku merupakan sumber pustaka yang utama sebagai pedoman dalam penelitian ini. Dari buku kumpulan mengenai beberapa informasi, teori menurut para ahli sangatlah penting. Jenis penelitian yang menjelaskan tentang deskriptif kualitatif juga mengharuskan untuk mengambil referensi sebanyak banyak dari beberapa buku.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian, adalah teknik *proporsive*, *snowball*, dan *time sampling*. Teknik proporsif untuk memilih sumber data yang sesuai dengan tujuan penelitian, misalnya memilih tuturan dalam poster penanganan covid 19. Teknik *snowball sampling* digunakan untuk menentukan informan kunci yang paling memahami data penelitian yang dibutuhkan, berdasarkan informasi dari narasumber yang satu untuk mengetahui narasumber lainnya, dan seterusnya. Teknik *time sampling* digunakan untuk memilih sumber data yang prosesnya terjadi pada waktu yang sama, antara objek dan subjek (narasumber).

Penelitian menggunakan sejumlah data yang bersifat kualitatif dengan menggunakan teknik pengamatan terlibat (*participant observation*), dan hasil resecarh yang terait dengan iklan yang disisipkan. Peneliti mengamati poster yang ditayangkan melalui media sosial baik televisi, youtube, dan media lainnya. Untuk menjaga keabsahan data penelitian digunakan teknik triangulasi sumber, triangulasi teori, triangulasi metode, *Focus group discussion*, *review informant*, dan *peerdebriefing*. Triangulasi sumber data artinya, pengumpulan data melalui pengamatan dalam poster. Tuturan dan visual dipilih untuk di analisis sesuai dengan kebutuhan penelitian. Triangulasi teori, artinya mengumpulkan data sejenis dengan menggunakan teori yang berbeda dalam teori tentang pragmatik, poster, iklan. Triangulasi metode artinya mengumpulkan data melalui berbagai metode seperti metode wawancara, observasi, analisis bentuk percakapan, dan sebagainya untuk memperkuat analisis data.

## PRINSIP-PRINSIP KESANTUNAN BERBAHASA YANG TERDAPAT DALAM POSTER EDUKASI COFID 19 DARI KAJIAN PRAGMATIK

Grice (1991:308) menjelaskan bahwa prinsip kesantunan atau politeness principle itu berkenaan dengan aturan tentang hal-hal yang bersifat sosial, estetis, dan moral di dalam bertindak tutur. Hal ini berkaitan bahwa di dalam tuturan tidak cukup hanya mematuhi prinsip kerjasama. Prinsip kesantunan diperlukan untuk melengkapi prinsip kerjasama untuk mengatasi jika terkendala akibat adanya penerapan kerjasama.

Dalam poster edukasi covid -19 terdapat macam-macam poster yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat. Tentunya di dalam pembuatan poster tidak terlepas dari kalimat yang disusun supaya menarik untuk dibaca dan masyarakat tahu tujuan dari poster tersebut. Maka itu, bahasa memegang peranan penting untuk menentukan pesan poster dapat diterima maknanya dengan baik. Masyarakat merasa mendapat edukasi melalui poster tentang bahaya penyebaran virus corona dan cara penanganan yang

benar. Selama ini banyak informasi tentang virus corona namun seringkali berita yang beredar kurang bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya. Sehingga di masyarakat terjadi kebingungan dalam mengatasi masalah jika terdampak virus ini. Kekurangan pemahaman terkait informasi ini menyebabkan banyak salah persepsi di antara masyarakat. Kondisi pandemi yang rentang waktunya tidak singkat menyebabkan situasi yang tidak nyaman masyarakat. Banyak dampak yang terjadi akibat pandemi yang berkepanjangan. Sektor-sektor industry, sekolah, layanan masyarakat, kantor semuanya terdampak akibat pandemic ini.

Pemerintah pun berupaya keras untuk mengatasi masalah ini. Berbagai upaya dilakukan untuk mengatasi masalah ini. Pemerintah dan rakyat pun bersinergi untuk mengatasi masalah ini akhirnya bisa menurunkan sedikit demi sedikit. Pemberlakuan lockdown dan PPKM secara berkala ternyata membuahkan hasil yang maksimal. Angka penurunan covid mulai signifikan turun dengan.

Berikut contoh-contoh poster penanganan edukasi covid 19 yang akan dianalisis berdasarkan prinsip kesantunan dalam tuturan.



(Sumber :<https://www.tribunnews.com/nasional/2021/07/14/20-gambar-poster-covid-19-bisa-dibagikan-untuk-bahan-edukasi-di-facebook-twitter-atau-instagram> diakses minggu 3 Oktober 2021).

Di dalam poster ini terdapat ajakan kepada masyarakat untuk memakai masker dengan benar. Di sini terdapat prinsip kesantunan berbahasa yang berupa tuturan dalam kalimat “Healthies, Yuk Gunakan Maskermu dengan Benar untuk Saling Melindungi”. Kalimat yang digunakan sudah mengandung prinsip kesantunan yang bersifat ajakan moral kepada masyarakat untuk menggunakan masker dengan benar. Penggunaan masker yang benar bisa melindungi diri sendiri dan orang lain. Penggunaan masker menjadi kebutuhan yang wajib dipakai semua orang untuk menjaga supaya virus tidak menyebar jika ada yang terpapar. Poster penggunaan masker yang baik di buat di masyarakat karena masih banyak masyarakat yang belum memiliki kesadaran untuk memakai masker. Memakai saja belum cukup karena ada standar pemakaian masker yang benar agar aman untuk semuanya.

Selanjutnya untuk melengkapi prinsip kesantunan yang terdapat dalam poster tersebut yang terkait dengan pemakaian masker maka diperlukan kerjasama untuk mendukung bagaimana pemakaian masker yang benar. Dalam poster tersebut kemudian dijelaskan seperti dalam kalimat berikut.

1. tutup mulut, hidung, dan dagu
2. tekan bagian atas masker supaya mengikuti bentuk hidung
3. Lepas masker yang telah digunakan dengan memegang tali yang ada di kedua telinga

Tuturan di atas memberikan informasi kepada masyarakat tentang tata cara pemakaian masker yang benar. Prinsip kesantunan terdapat dalam tuturan yang bersifat mengajar kepada masyarakat untuk menggunakan masker. Sedangkan kerjasama untuk mendukung prinsip kesantunan terlihat pada tuturan yang menginformasikan tata cara pemakaian masker.

## B.



(Sumber : <https://manado.tribunnews.com/2020/04/13/35-gambar-poster-pencegahan-covid-19-atau-virus-corona-untuk-edukasi>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2021).

Poster ini berisi tentang imbauan untuk menjaga diri sendiri dan keluarga dari virus corona melalui gerakan masyarakat hidup sehat. Poster ini dibuat untuk mengedukasi masyarakat untuk menggunakan pola hidup sehat supaya terhindar dari virus corona. Prinsip kesantunan berbahasa terdapat dalam kalimat “Jaga Diri Anda dan keluarga Anda dari virus corona (Covid 19) dengan gerakan gernas. Prinsip kesantunan dalam poster ini berkenaan dengan sifat sosial yang terkait dengan kepentingan orang banyak. Pencegahan virus corona dapat dilakukan secara bersama-sama dengan masyarakat agar lebih efektif dan efisien. Secara sosial manusia hidup bersama-sama di masyarakat maka peran setiap orang dalam mencegah lajunya virus corona akan lebih baik jika dilakukan secara bersama. Tidak bisa kita hanya mencegah diri sendiri sementara di masyarakat luar tidak ada yang punya kesadaran maka akan menjadi sia-sia.

Prinsip kesantunan dalam poster tersebut didukung kerjasama yang terdapat dapat tuturan berikut ini.

1. Makan dengan gizi yang seimbang
2. Rajin olahraga dan gizi yang cukup
3. Cuci tangan pakai sabun
4. Jaga kebersihan lingkungan
5. Tidak merokok
6. Gunakan masker jika batuk atau tutup mulut dengan lengan atas bagian dalam
7. Minum air putih 8 gelas/hari
8. Makan/makanan yang dimasak dengan sempurna dan jangan makan daging dari hewan yang berpotensi menularkan
9. Bila demam dan sesak napas segera ke fasilitas kesehatan
10. Jangan lupa berdoa

Bentuk tutur yang terdapat dalam poster mengajak masyarakat untuk memperhatikan hal-hal yang baik untuk mencegah virus corona baik untuk diri dan keluarga. Bentuk tutur dalam poster dapat menjadi sarana yang baik untuk mengedukasi masyarakat.

C.



Poster di atas berupa bentuk tutur yang berisi ajakan untuk menjaga diri dan orang lain dari penyebaran virus corona. Prinsip kesantunan berbahasa yang terdapat dalam tuturan di atas adalah pesan social untuk semua masyarakat agar menerapkan protokol kesehatan dengan baik. Kalimat yang menunjukkan prinsip kesantunan terdapat dalam kalimat “ Jaga Diri, Jaga Sesama Dari Cofid 19 yang harus Kita lakukan?”. Pesan dalam poster tersebut ditunjukkan untuk semua masyarakat agar menerapkan protocol kesehatan dengan ketat.

Prinsip kesantunan berbahasa dilakukan dengan menerapkan kerjasama yang terdapat dalam kalimat berikut :

1. Gunakan masker bila demam dan batuk, serta terapkan etika batuk
2. Jaga jarak (1 meter atau lebih) dengan orang lain
3. Hindari kontak langsung seperti bersalaman & cium pipi kanan kiri
4. Hindari kerumunan & pertemuan kelompok
5. Jika Anda tidak sehat, jalankan isolasi mandiri di rumah (self isolated)
6. Ikuti panduan resmi & perkembangan informasi
7. Batasi menggunakan transportasi publik kecuali mendesak
8. Cuci tangan pakai sabun dengan benar/ gunakan hand sanititizer

Pesan poster dalam poster di atas memberikan edukasi kepada masyarakat akan pentingnya memperhatikan protocol kesehatan yang dapat mencegah penularan virus corona di masyarakat. Virus ini masih massif penyebarannya sehingga dikhawatirkan akan berisiko besar jika tidak bisa dikendalikan dari diri sendiri dan masyarakat. Aturan-aturan yang dibuat dituliskan diposter untuk dibaca masyarakat. Bahasa poster yang singkat dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penyampaian pesannya pun menarik melalui kalimat dan gambar.

D.



(Sumber: <http://old.ildikti9.id/berita/detail/kkn-tematik-kknt-duta-edukasi-3m-guna-pencegahan-covid19>, diakses tanggal 20 Oktober 2020)

Poster ini berisi kalimat tuturan yang mengandung prinsip kesantunan berbahasa. Prinsip kesantunan berbahasa yang terdapat dalam tuturan di atas adalah pesan social kepada masyarakat untuk mematuhi protocol kesehatan. Kalimat dalam poster dibuat dengan Bahasa yang komunikatif. Penggunaan kalimat “pesan pesan ibu” seolah menjadi sesuatu yang memiliki nilai lebih. Hal ini karena seorang ibu selalu rajin memberi pesan kepada anaknya. Kalimat yang menunjukkan prinsip kesantunan terdapat dalam kalimat “3M INGAT PESAN IBU!”. Dalam kalimat poster ini menggunakan kata ibu untuk memberikan efek lebih tentang protocol kesehatan yang harus dipatuhi oleh masyarakat umum.

Prinsip kesantunan berbahasa didukung Kerjasama dalam bentuk tuturan sebagai berikut :

1. Memakai masker
  2. Mencuci tangan dengan sabun/hand sanitizer
  3. Menjaga jarak minimal 1,5 meter
- Kalimat tutur dalam poster sudah dibuat dengan Bahasa yang singkat dan mudah dipahami oleh pembaca atau masyarakat. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pemberian edukasi kepada masyarakat.

E



(Sumber: <https://kupang.tribunnews.com/2020/04/20/gambar-poster-edukasi-pencegahan-virus-corona-covid-19-ada-khusus-anak-sekolah>, diakses tanggal 20 Oktober 2021)

Poster penanganan covid 19 ini berupa tindak tutur yang menggunakan prinsip kesantunan berbahasa seperti dalam kalimat “Berkenalan dengan covid 19”. Kalimat dalam poster ini sengaja dibuat dengan cukup singkat dan bisa dipahami makna. Bentuk tuturan dalam poster ini mudah untuk dimengerti oleh pembaca. Makna dalam tuturan ini adalah pemahaman tentang covid 19. Prinsip kesantunan dalam poster ini terkait sifat sosial. Penanganan edukasi tentang covid dapat dilakukan media sosial seperti poster. Media sosial merupakan salah satu cara yang efektif untuk menyampaikan berita secara efektif.

Prinsip kesantunan berbahasa didukung bentuk kerjasama. Adapun kalimat yang menunjukkan kerjasama terdapat dalam kalimat berikut :

1. “Hai namaku covid 19, Aku adalah jenis virus baru ditemukan, Tahukah kamu? Corona artinya mahkota, Katanya sih tubuhku runcing-runcing mirip mahkota
2. Corona corona kamu di mana?

Poster di atas memberikan informasi kepada masyarakat tentang struktur tubuh virus corona. Masyarakat pun akhirnya paham seperti apa virus corona.

F.



(Sumber: <https://bnpb.go.id/berita-foto/edukasi-virus-corona19-badan-nasional-penanggulangan-bencana>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2021).

Poster di atas adalah bentuk tutur yang memberikan informasi edukasi kebersihan tangan untuk melawan penyebaran virus corona. Poster tersebut merupakan bentuk tutur yang terdapat dalam prinsip kesantunan berbahasa. Prinsip kesantunan berbahasa terdapat dalam kalimat “Tangan yang bersih cegah penyebaran virus corona. Mencuci tangan adalah salah satu perlindungan terbaik untuk mencegah flue, covid, dan penyakit lainnya”. Prinsip kesantunan berbahasa dalam poster ini bersifat social. Artinya pemberian informasi dalam poster dapat mengedukasi masyarakat secara umum.

Sedangkan prinsip kesantunan didukung oleh kerjasama yang dijelaskan dalam bentuk tutur berikut ini:

1. Basahi tangan
2. Tuangkan sabun
3. Oleskan ke seluruh permukaan tangan
4. Gosok bersih hingga 20 detik
5. Bilas bersih sisa sabun

6. Keringkan dengan tisu dan handuk bersih

Prosedur protokol kesehatan sudah diatur dengan begitu detail untuk memberikan edukasi kepada masyarakat. Pemerintah dan Lembaga kesehatan sudah perhatian sejak mulai merebaknya virus ini. Mencuci tangan tanpa disertai langkah yang tepat bisa mengantisipasi penularan virus corona.

G.



(sumber: <https://bnpb.go.id/berita-foto/edukasi-virus-corona19-badan-nasional-penanggulangan-bencana>, diakses tanggal 20 Oktober 2021).

Poster di atas memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk tuturan tentang protocol kesehatan yang harus dipenuhi oleh masyarakat jika hendak berpergian. Bentuk tuturan yang mengandung prinsip kesantunan berbahasa terdapat dalam kalimat “ Jika Anda Sehat, namun...”. Prinsip kesantunan dalam berbahasa di atas bersifat moral. Artinya ada pesan moral yang disampaikan kepada khalayak untuk menjaga diri dan orang lain agar mematuhi aturan yang sudah dibuat oleh pemerintah.

Adapun prinsip kesantunan berbahasa tersebut juga didukung dengan bentuk tuturan Kerjasama yang saling berhubungan sebagai berikut :

1. Ada Riwayat perjalanan 14 hari yang lalu ke negara yang terjangkit covid 19
2. Merasa pernah kontak dengan penderita covid 19
3. Hubungi hotline center corona untuk mendapatkan petunjuk lebih lanjut di nomor berikut: 119 ext 9.

Poster di atas untuk memberikan informasi kepada khalayak jika melakukan perjalanan jauh dan merasa kontak dengan orang yang terpapar covid untuk segera menghubungi nomor kontak yang sudah tersedia.

H.



(Sumber: <https://bnpb.go.id/berita-foto/edukasi-virus-corona19-badan-nasional-penanggulangan-bencana>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2021)

Poster di atas memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk tuturan tentang aturan kesehatan yang harus dipenuhi oleh masyarakat jika merasakan tubuhnya tidak sehat. Bentuk tuturan yang mengandung prinsip kesantunan berbahasa terdapat dalam kalimat “ Jika Anda merasa sakit, demam 38 derajat celsius, batuk/pilek, sakit tenggorokan, gangguan pernapasan”. Prinsip kesantunan dalam berbahasa di atas bersifat moral. Artinya ada pesan moral yang disampaikan kepada diri

sendiri jika mengalami gejala di atas.

Adapun prinsip kesantunan berbahasa tersebut juga didukung dengan bentuk tuturan Kerjasama yang saling berhubungan sebagai berikut :

1. Istirahatlah yang cukup di rumah & bila perlu minum obat. Bila keluhan berlanjut, atau disertai dengan kesulitan bernapas (sesak atau napas cepat), segera berobat ke fasilitas pelayanan kesehatan (fasyankes)
2. Pada saat berobat ke fasyankes, gunakan masker. Apabila tidak memiliki masker, ikut etika batuk/bersin yang benar dengan cara menutup mulut & hidung dengan tisu atau punggung lengan. Usahakan tidak menggunakan transportasi masal.

Poster di atas menjelaskan dengan detail bagaimana sebaiknya jika kita merasakan adanya gejala yang mengarah indikasi terpapar virus corona. Meskipun indikasi tersebut bisa saja hanya karena penyakit lain maka perlu waspada dan segera ke pelayanan kesehatan untuk memeriksakan diri secara intensif. Bentuk tuturan dalam poster sudah dibuat dengan baik untuk dipahami masyarakat. Tidak semua masyarakat mudah untuk di edukasi. Banyak yang menganggap corona tidak ada, meskipun tetangga, teman, bahkan keluarga terpapar masih ada yang tidak percaya.

### I. Poster Social Distance

Poster berikut ini memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk tuturan tentang menjaga jarak aman selama pandemi berlangsung. Bentuk tuturan yang mengandung prinsip kesantunan berbahasa terdapat dalam kalimat “ Social Distancing”. Prinsip kesantunan dalam berbahasa tersebut bersifat sosial. Artinya ada pesan social yang disampaikan kepada khalayak untuk menjaga jarak ketika berinteraksi dengan orang lain. Menjaga jarak merupakan salah satu bentuk kepedulian untuk memutus penyebaran virus corona.



(Sumber: <http://baupk.unisma.ac.id/2020/04/30/poster-edukasi-pencegahan-virus-corona-alam-nwa-unisma>, diakses tanggal 20 Oktober 2021)

Adapun prinsip kesantunan berbahasa tersebut juga didukung dengan bentuk tuturan Kerjasama yang saling berhubungan sebagai berikut :

1. Menjauhlah dari satu sama lain
2. Pertahankanlah jarak sambil berdiri dalam antrian
3. Hindari orang dengan gejala flu
4. Jaga nasib dari orang banyak

Poster di atas memberikan pesan moral secara mudah dipahami karena tuturan yang digunakan berupa kalimat yang sederhana. Bahasa poster dibuat dengan kalimat yang efektif untuk memudahkan masyarakat memahaminya.

J.



(Sumber: <https://today.line.me/id/v2/article/yDrBZQ>, diakses tanggal 20 Oktober 2021)

Poster di atas menggunakan Bahasa yang singkat dan mudah dimengerti oleh masyarakat meskipun menggunakan bahasa Inggris. Prinsip kesantunan berbahasa bersifat pesan moral yang terdapat dalam kalimat “We stay work you, You stay home us (kami bekerja untuk anda, anda dirumah untuk kami)”. Prinsip kesantunan berbahasa yang berisi ajakan moral untuk memperbaiki situasi yang baik harus dilakukan Kerjasama dengan masyarakat. Pesan di sini mengisyaratkan bahwa masyarakat sebaiknya tinggal dirumah karena tempat paling aman adalah rumah. Sedangkan nakes berada di rumah sakit melayani pasien yang terpapar corona. Dari bentuk tuturan tersebut mengandung pesan untuk saling menjaga satu dengan yang lain demi kebaikan bersama.

#### MAKNA POINT OF INTEREST PADA POSTER EDUKASI PENANGGAMAN COFID 19 DARI KAJIAN PRAGMATIK

Dalam poster edukasi penanganan covid 19 terdapat beberapa penekanan makna yang berupaya untuk memberikan pedidikan kepada masyarakat tentang bahaya covid. Untuk itu, dibutuhkan alat yang efektif untuk disampaikan ke masyarakat. Salah satu alat yang digunakan adalah poster. Dengan poster diharapkan, masyarakat dapat mengerti tentang penyebaran covid 19 dan cara penularannya. Hampir dua

tahun ini, masyarakat dunia dihadapkan dengan mewabahkan virus corona. Virus ini bermula dari Cina kemudian dengan cepat menyebar ke seluruh dunia. Penyebaran virus ini masih tergolong massif sampai sekarang meskipun sudah mutasi menjadi beberapa jenis. Hampir semua negara di dunia mengalami gelombang penyebaran yang saling menyusul. Begitupula dengan negara Indonesia yang mengalami gelombang penyebaran sebanyak dua kali. Dan jumlah korban yang terpapar maupun yang meninggal dunia banyak sekali. Virus ini menyerang dari anak-anak, remaja, dewasa, orangtua dengan berbagai cara. Virus ini memiliki gejala yang sama dengan influenza tetapi lebih menyerang pada pernapasan akut. Jika seseorang memiliki penyakit bawaan (comorbid) maka dapat berdampak buruk jika tidak segera ditangani dengan benar. Pada saat terjadi gelombang pertama rumah sakit di Indonesia masih bisa menampung pasien meskipun dengan menambah rumah sakit darurat dan merekrut tenaga kesehatan. Namun pada saat terjadi gelombang kedua pada tahun berikut di beberapa negara mengalami kewalahan merawat pasien covid. Begitupula negara Indonesia yang kewalahan merawat pasien covid. Beberapa tempat ditambah sebagai rumah sakit namun banyaknya yang terpapar dan tenaga Kesehatan yang tidak seimbang pada akhirnya kolaps. Hal ini ditambah lagi dengan pesedian pasokan oksigen yang tipis akibat banyaknya permintaan oksigen hamper di semua negara. Dan dapat terlihat hampir semua rumah sakit penuh dengan lonjakan pasien dan kebutuhan oksigen pun tidak dapat memenuhi jumlah pasien yang banyak. Akibat dari kondisi tersebut, banyak korban yang meninggal.

Kondisi ini berlangsung kurang lebih 4 bulan. Jumlah orang yang terpapar virus ini semakin hari semakin banyak dan terjadi di pulau Jawa. Pula Jawa menyumbang jumlah pasien terbanyak dibandingkan dengan pulau luar Jawa. Pemerintah berupaya semaksimal memberikan pelayanan yang terbaik. Situasinya benar-

benar mencekam pada saat itu. Pemberlakuan lock down diterapkan di pulau Jawa dan Bali untuk menekan persebaran virus ini. Sekolah maupun kampus diberlakukan pembelajaran secara daring (dalam jaringan). Sektor-sektor perusahaan yang boleh beroperasi hanya yang sektor essential yang memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Beberapa perusahaan maupun usaha rakyat mulai kolaps karena mobilitas penduduk di batasi. Ekonomi pada saat itu benar-benar sulit. Banyak kantor yang merumahkan pegawainya karena tidak bisa beroperasi maupun menanggung biaya operasional yang tidak sedikit. Pemberlakuan lock down beberapa waktu itu dan sampai hari ini bisa menekan laju virus ini untuk meyelamatkan jiwa.

Berikut ini makna point of interest dalam poster edukasi penanggulangan covid 19.



(Sumber :<https://www.tribunnews.com/nasional/2021/07/14/20-gambar-poster-covid-19-bisa-dibagikan-untuk-bahan-edukasi-di-facebook-twitter-atau-instagram>, diakses minggu 3 Oktober 2021).

Poster di atas dibuat untuk memberikan edukasi cara penggunaan masker yang benar. Kesadaran masyarakat memakai masker di Indonesia belum seratus persen. Masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum sadar pentingnya penggunaan masker untuk mencegah penularan virus ini. Belum lagi jenis masker yang tepat untuk. Selain itu, juga cara pemakaiannya juga belum benar.

Makna point of interest dalam poster cara pemakaian masker yang benar di atas terlihat dalam kalimat berikut.

“Healthies, Yuk Gunakan Maskermu dengan Benar untuk Saling Melindungi”

Kalimat ini menekankan kepada masyarakat untuk memakai masker dengan benar. Karena dengan memakai masker yang benar dapat melindungi dirinya sendiri dan orang lain. Selama ini dapat diamati masih banyak masyarakat kita yang memakai masker tidak benar. Masker dipakai hanya di mulut sementara hidung terbuka lebar. Padahal masker yang benar menutup hidung sampai dagu. Kemudian setelah itu cara melepas masker setelah digunakan pun harus benar tidak sembarang melepas agar tubuh kita terjaga dari virus.



(Sumber :<https://www.tribunnews.com/nasional/2021/07/14/20-gambar-poster-covid-19-bisa-dibagikan-untuk-bahan-edukasi-di-facebook-twitter-atau-instagram>, diakses minggu 3 Oktober 2021).

B.



Poster yang kedua adalah edukasi memilih masker yang asli dan aman. Perlu diketahui masyarakat kita masih perlu disadarkan untuk memilih masker yang asli sehingga keamanannya terjamin. Banyak berita tentang masker daur ulang artinya Ketika masyarakat membuat masker setelah dipakai tidak dibuang dengan benar. Artinya masker yang akan dibuang di tempat sampah adalah dengan cara menguntingnya di beberapa bagian sehingga masker tersebut tidak disalahgunakan untuk dicuci kembali dan dijual. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan standar kesehatan penggunaan masker. Masker kesehatan hanya bisa dipakai sekali dan dibuang.

Makna point of interest dalam poster di atas terdapat 2 dalam kalimat berikut.

1. Infoalkes.kemkes.go.id
2. Halo Kemkes di 1500567

Makna dalam kalimat di atas menekankan kepada masyarakat untuk menginformasikan bahwa pembelian masker harus mengecek pada info kemeskes untuk membeli masker yang sesuai dengan prosedur kesehatan. Info tersebut dapat diakses pada kementerian kesehatan yang tertera dalam poster tersebut.

C.



(Sumber : <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/07/14/20-gambar-poster-covid-19-bisa-dibagikan-untuk-bahan-edukasi-di-facebook-twitter-atau-instagram>, diakses minggu 3 Oktober 2021).

Poster ini mengajak masyarakat untuk tetap tinggal di rumah. Masyarakat dapat melakukan aktivitas di rumah dengan nyaman tanpa harus keluar rumah untuk menekan laju penyebaran covid 19. Aktivitas bekerja dapat dilakukan di rumah untuk menghindari kontak dengan banyak orang. *Social distancing* (menjaga jarak) dengan orang lain merupakan salah satu pencegahan penularan virus ini.

Makna *point of interest* dalam poster ini terdapat dalam kalimat berikut.

“Let’s stay home”. Kalimat ini memiliki arti “ayo tetap di rumah”. Gerakan tetap di rumah bagi masyarakat memiliki makna yang mendalam bahwa rumah merupakan tempat teraman saat ini untuk menghindari kontak dengan orang lain. Karena bisa jadi orang tersebut terkena virus corona. Begitupula dengan pembelajaran, siswa dari tingkat dasar sampai mahasiswa melakukan pembelajaran secara daring di rumah masing-masing. Langkah ini dianggap aman untuk mengantisipasi penyebaran virus yang masih masif. Ajakan untuk tetap tinggal di rumah merupakan antisipasi yang tepat untuk memperbaiki kondisi yang ada.

D.



Poster di atas dibuat untuk memberikan edukasi tentang definisi virus corona. Edukasi ini dibuat dalam bentuk poster dengan menggunakan tuturan yang mengandung prinsip kesantunan berbahasa. Bentuk tutur yang digunakan berupa kalimat yang komunikatif agar mudah dipahami oleh masyarakat umum.

Makna *point of interest* dalam poster cara pemakaian masker yang benar di atas terlihat dalam kalimat berikut.

“Berkenalan dengan Covid 19 ”

Kalimat ini menekankan kepada masyarakat untuk mengenali bentuk virus corona. Virus corona memiliki bentuk yang runcing-runcing seperti mahkota. Virus ini menyerang saluran pernapasan. Poster yang dibuat menarik sehingga ada *point of interest* yang ditonjolkan melalui kalimat “berkenalan dengan covid 19”. Kalimat yang digunakan pun menggunakan kata “kenalan” artinya secara implisit bahwa tubuh kita mulai mengenal adanya virus corona yang mungkin saja tersebar di sekitar kita. Mulai dari benda-benda yang kita miliki sudah menempel virus tersebut.

E.



(sumber:<https://bnpb.go.id/berita-foto/edukasi-virus-corona19-badan-nasional-penanggulangan-bencana>, diakses tanggal 20 Oktober 2021).

Poster di atas dibuat untuk memberikan edukasi tentang kondisi tubuh jika tidak sehat maka ada Langkah-langkah yang harus segera dilakukan. Kalimat ini sederhana namun memiliki makna yang mendalam. Selama pandemi berlangsung hampir semua orang di dunia mengalami shock dan stress. Ketika pada awalnya orang terkena batuk, pilek, demam, tenggorokan sakit maka indikasinya adalah terkena flue. Namun seiring dengan merebaknya virus corona di mana-mana akhirnya indikasi tersebut mengarah ke gejala corona. Orang yang terpapar virus ini akan diisolasi di tempat terpadu atau rumah sakit agar tidak menular ke orang lain. Isolasi berlangsung kurang lebih 14 hari. Hal ini lah yang menjadikan orang sering tidak jujur ketika terpapar corona. Maka keetika kita merasa sehat namun ternyata kita pernah berkunjung ke negara yang sedang mewabah virus maka kita harus melakukan cek up untuk memastikan kondisi kita sendiri. Begitupula ketika kita sehat namun ternyata kita kontak dengan orang yang terpapar virus corona maka kita pun juga harus melakukan

tes untuk memastikan apakah kita terpapar atau tidak. Tubuh yang sehat belum tentu tidak terpapar virus ini, karena banyak orang yang tidak bergejala.

Makna point of interest dalam poster cara pemakaian masker yang benar di atas terlihat dalam kalimat berikut. “Jika Anda Sehat, Namun ”. Point of interest dalam kalimat ini hanya singkat namun memiliki makna yang mendalam. Artinya tubuh yang sehat pun harus tetap waspada jika habis melakukan perjalanan jauh yang beresiko terpapar covid-19 ini.

F



(Sumber:<https://today.line.me/id/v2/article/yDrBZQ>, diakses tanggal 20 Oktober 2021)

Poster di atas memberikan edukasi secara singkat kepada masyarakat terkait dengan kondisi virus yang masih masif penyebaran sampai saat ini. Untuk itu dimunculkan poster yang sempat viral di masyarakat. Bahasa poster yang sederhana ini mampu memberikan nilai edukasi kepada masyarakat. Point of interest dalam poster ini adalah “we stay work for you, you stay home for us”, yang artinya Kami bekerja untuk anda, Anda dirumah untuk kami”. Pesan yang disampaikan dalam tuturan ini adalah bahwa rumah merupakan tempat yang baik untuk kondisi saat ini. Tenaga kesehatan berjaga dirumah sakit untuk melayani pasien yang terpapar virus corona.

## Kesimpulan

Poster edukasi penanganan covid 19 merupakan salah satu cara pemerintah maupun lembaga kesehatan bersama-sama untuk memberikan pelayanan Pendidikan kesehatan kepada masyarakat. Poster ini dibuat dengan kalimat yang komunikatif agar mudah dipahami maknanya oleh masyarakat. Penggunaan bahasa poster tidak terlepas dari pragmatic. Prinsip kesantunan berbahasa dan kerjasama menjadi bagian yang berkaitan. Dalam poster edukasi penanganan covid 19 ditemukan prinsip kesantunan berbahasa yang bersifat moral dan social. Tindak tutur dalam poster ini dibuat dengan bahasa yang singkat dan menarik. Point of interest pun dimunculkan dalam bentuk kata maupun gambar yang mendukung kalimat dalam poster. Point of interest dalam kalimat menjadi daya Tarik untuk mengedukasi masyarakat tentang penyebaran virus corona yang masih masif. Poster ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat secara umum tentang penanggulangan penyebaran virus dan berperilaku hidup sehat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andarini, Nawang Nila . 2020. Fungsi dan Makna *Point of interest* dalam Unsur Grafis pada Label Makanan Tradisional Getuk Goreng di Sokaraja. Skripsi: Tidak dipublikasikan.
- Halliday, M.A.K dan Ruqaiya Hasan. 1994. *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-Aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotika Sosial (Terjemahan)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hymes, Dell. 1979. *Foundation in Sociolinguistics : An Ethnographic Approach*. Philadelphia. University of Pensylxvania Press.
- d' Astous dan Alain Seguin dkk. 1999. Consumer Reaction to Product Placement Strategies in Television Sponsorship. *European Journal of Marketing* Vol 33 No 9.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen dan Startegi Merek*. Yogyakarta : Andi Offset
- Russell, Cristel Antonia. 2002. Investigating the Effectiveness of Product Placements in Television Shows: The Role of Modality and Plot Connection Congruence on Brand Memory and Attitude. *Jurnal of Consumer Research* Vol. 29 No. 3.