

ABSTRAK

Novitasari. 2021. *Makna Simbolik Bahasa Iklan Covid-19 pada Media Sosial.* Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing Muhammad Akhir dan Hasnur Ruslan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna simbolik bahasa iklan *covid-19* pada media sosial instagram. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Data dalam penelitian ini merupakan data yang diambil dari iklan layanan pemerintah *covid-19* mengenai imbauan atau ajakan kepada masyarakat yang terdapat dalam media sosial instagram. Teknik analisis data yaitu menggunakan pendekatan semantik untuk menganalisis data yang diperoleh dari iklan layanan masyarakat mengenai *covid-19* dan menentukan makna simbolik yang terdapat dalam iklan tersebut. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat makna denotasi dan konotasi yang dianalisis melalui tanda bahasa verbal dan visual yang terdapat dalam iklan. Makna simbolik yang terdapat dalam iklan *covid-19* pada media sosial menginterpretasikan himbauan dan ajakan kepada pembaca untuk melakukan suatu aksi atau ajakan.

Kata kunci : analisis, iklan, media sosial.