

BAB 2 (TEKS IKLAN, SLOGAN, DAN POSTER)

Rangkuman

Untuk mengingat kembali materi teks iklan yang telah dipelajari pada Unit 1 dan Unit 2, bacalah dengan cermat rangkuman materi teks iklan berikut.

1. Pengertian dan fungsi sosial teks iklan.

Teks iklan adalah pemberitahuan yang bertujuan mendorong atau membujuk khalayak untuk membeli barang atau jasa yang diberitahukan itu.

2. Tujuan iklan

- a. Memberikan informasi terhadap suatu produk (barang dan jasa)
- b. Upaya untuk menimbulkan citra rasa suka dari pembaca iklan terhadap produk yang diiklankan.
- c. Meyakinkan masyarakat (penerima iklan) tentang kebenaran suatu produk.
- d. Membuat atau mempermudah konsumen mengetahui spesifikasi suatu produk, baik itu harga, fungsi, manfaat dll.

3. Jenis iklan :

- a. Iklan penawaran
- b. Iklan pemberitahuan
- c. Iklan layanan masyarakat

4. Ciri umum teks iklan :

- a. Informatif
- b. Komunikatif
- c. Bahasanya singkat dan padat
- d. Gambar dan tulisan menarik

5. Unsur pembentuk iklan

- a. Sumber adalah pemasang iklan, yang berinisiatif, dan penyandang dana dari pemasangan suatu iklan.
- b. Pesan adalah informasi yang disampaikan. Wujudnya bisa berupa pesan verbal dan pesan nonverbal.

- c. Media adalah sarana yang digunakan, misalnya media cetak, elektronik, dan sarana lain.
 - d. Penerima adalah individu atau kelompok masyarakat yang menjadi sasaran atau objek iklan.
 - e. Efek adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima, baik itu dalam aspek sikap, pola pikir, perilaku, kebiasaan, dan pola hidup.
 - f. Umpan balik adalah tanggapan, reaksi, atau respons yang dikehendaki dari penerima pesan, misalnya penerima pesan akan membeli produk yang ditawarkan atau penerima pesan akan melakukan hemat energi.
6. Struktur teks iklan
- a. Pengenalan produk. Bagian ini dapat pula disebut sebagai judul teks.
 - b. Pernyataan persuasif, berisi pernyataan yang mendorong pembaca atau pendengar berbuat sesuatu. Bagian ini biasanya berupa pernyataan tentang kelebihan produk yang ditawarkan
7. Ciri bahasa teks iklan
- a. Bersifat imperatif, yakni permintaan, ajakan, dorongan, atau larangan. Adapun kalimat imperatif itu sendiri ditandai oleh kata-kata seperti temukan, rasakan, wujudkan, nyatakan, nikmati, ayo, dan lain-lain.
 - b. Menggunakan bahasa sederhana, mudah diingat, dan mudah pula dipahami. Kalimat yang panjang, dan berbelit-belit, selalu dihindari dalam iklan. Justru bahasa yang akrab di tengah-tengah khalayak itulah yang sering digunakan untuk kesan positif tentang produk yang ditawarkan.
 - c. Pilihan kata yang berima dan memiliki banyak persamaan bunyi juga merupakan pilihan penting di dalam bahasa iklan.